

Frederik Hjorth og Rebecca Adler-Nissen

# Påvirker mediedækning af *fake news* borgeres modtagelighed for misinformation og korrektioner?<sup>1</sup>

I de senere år har politisk misinformation, populært kaldet *fake news*, nydt stor bevågenhed. Det rejser spørgsmålet, hvorvidt denne opmærksomhed i sig selv påvirker, hvordan borgere reagerer på politiske nyheder. Vi adresserer dette spørgsmål ved først at udvikle teoretiske forventninger om, hvordan opmærksomhed på politisk misinformation påvirker borgeres modtagelighed over for politisk information. Vi tester disse teoretiske forventninger i et præregistreret surveyeksperiment, som vi udfører i samarbejde med et dansk nyhedsmedie. Resultaterne viser, modsat den teoretiske forventning, at respondenter, der eksperimentelt gøres opmærksom på *fake news* som fænomen, ikke efterfølgende er mindre modtagelige over for politisk information. Dette resultat indikerer, at medier kan dække politisk misinformation som fænomen uden væsentlig risiko for, at denne debat i sig selv undergraver tillid til medier og politikere.

Nøgleord: misinformation, *fake news*, eksperimenter, medietillid

Siden Donald Trumps valgsejr ved det amerikanske præsidentvalg i 2016 har interessen og bekymringen for såkaldt *fake news* været enorm. Det gælder både i den brede offentlighed og i forskningsmiljøer: i oktober 2019 optog Oxford English begrebet med definitionen “falske rapporteringer om begivenheder skrevet og læst på internettet”, og i skrivende stund returnerer Google Scholar godt 42.000 resultater på en søgning på begrebet *fake news* alene siden 2016. Vi tager her udgangspunkt i Allcott og Gentzkows (2017) definition af *fake news* som “nyhedshistorier uden basis i fakta som præsenteres som nyheder.”

Den øgede opmærksomhed på begrebet i 2016 afspejler ikke mindst, at det blev flittigt anvendt af kandidaten Donald Trump, hos hvem *fake news* blev en slags valgkampslugan. Begrebet skal også ses i sammenhæng med en årtier lang tendens til svækket tillid til nyhedsmedier blandt amerikanere (Ladd, 2012).

Den nylige forskningsmæssige interesse i online misinformation bygger på en rig eksisterende litteratur om konsekvenserne af misinformation og korrektioner heraf på borgeres faktuelle opfattelser (Flynn, Nyhan og Reifler, 2017; Nyhan, 2020). Det store flertal af disse studier er imidlertid udarbejdet i en æra

før bred offentlig opmærksomhed på fænomenet. Det rejser spørgsmålet, hvordan borgeres generelle opmærksomhed på begrebet fake news påvirker deres reaktioner på konkrete tilfælde af misinformation og korrektioner heraf. Er borgere i dag modtagelige over for information fra nyhedsmedier og eventuelle korrektioner heraf? Eller har retorik om fake news gjort dem blaserte og mistillidsfulde over for nyhedsmedier?

I denne artikel præsenterer vi et eksperiment, der giver et første svar på disse spørgsmål. Vi undersøger mere præcist følgende forskningsspørgsmål:

Hvordan påvirker opmærksomhed på fake news borgeres modtagelighed over for misinformation og korrektioner heraf?

Vi besvarer spørgsmålet ved at indlejre et surveyeksperiment i en læserundersøgelse blandt abonnenter hos nyhedsmediet *Mandag Morgen*. Resultaterne viser, at forsøg på at *prime* respondenter med opmærksomhed på fake news ikke påvirker deres modtagelighed. Selv når respondenter eksponeres for yderst kontant information designet til at skabe opmærksomhed om fake news, opdaterer de deres opfattelser fleksibelt i lyset af ny information og korrektion heraf. Resultatet indikerer, at en offentlig debat om fake news ikke i sig selv gør borgere mindre responsive over for ny information eller svækker borgeres tillid til medier eller det politiske system.

## Misinformation, korrektioner og medie(mis)tillid

Definitionen af fake news som “nyhedshistorier uden basis i fakta som præsenteres som nyheder” sonderer fake news fra relaterede begreber såsom disinformation, som typisk forstås som misinformation, der spredes med et strategisk formål, ofte af statslige eller statssponsorerede aktører (Pomerantsev, 2015), og misinformation som sådan, som ikke nødvendigvis præsenteres som nyheder (Kuklinski et al., 2000). Ingen af disse er historisk nye fænomener: Allerede i 1800-tallet betjente avisudgivere sig af fiktive nyhedshistorier til at sælge flere aviser (Love, 2007). Der er tilsvarende en lang historisk tradition for folkelig mistillid til nyhedsmedier (Vallone, Ross og Lepper, 1985). Hverken fake news som sådan eller mistillid til nyhedsmedier er således nye fænomener. Der er imidlertid de senere år opstået en skærpet offentlig opmærksomhed på begge fænomener (Lewandowsky et al., 2012).

### *Misinformation og korrektioner*

Vores eksperiment bygger på en omfattende litteratur om årsager til og konsekvenser af udbredelsen af misinformation. Det er et gennemgående resultat i

denne litteratur, at selv om individer er modtagelige over for misinformation, vil korrigerende information generelt reducere fejlopfattelser, om end ikke nødvendigvis nok til helt at opveje virkningen af den oprindelige misinformation (Lewandowsky et al., 2012; Nyhan et al., 2017). Korrektioner er især effektive, når de ledsages af en forklaring af årsagen til den oprindelige misinformation (Nyhan og Reifler, 2015a), eller når et medlem af modtagerens politiske identitetsfællesskab står som afsender (Berinsky, 2017). Tidligere forskning har fundet eksempler på såkaldte *backfire*-effekter, hvor korrektionen har den modsatte effekt af det intenderede (Nyhan og Reifler, 2010; Ross, Lepper og Hubbard, 1975), men der hersker i dag enighed om, at backfire-effekten ikke kan repliceres (Wood og Porter, 2019; Porter and Wood, 2019). Nogle undersøgelser peger på, at misinformation kan præge borgeres opfattelser af politikere, selv efter misinformationen er korrigeret, såkaldte *belief echoes* (Thorson, 2016), men andre studier med lignende designs finder ikke samme effekt (Cobb, Nyhan og Reifler, 2013).

Ovenstående undersøgelser har på forskellige måder bidraget til en bedre forståelse af, hvordan misinformation og korrektioner påvirker politisk holdningsdannelse. De har imidlertid også det til fælles, at de behandler misinformation som isolerede tilfælde, som borgere eksponeres for i forbindelse med specifikke nyhedshistorier. Vi bygger på denne tilgang, men undersøger hvordan borgeres reaktioner på disse specifikke tilfælde modereres af generel opmærksomhed på fænomenet fake news.

### *Medie(mis)tillid og modtagelighed for information*

Vi kobler indsigter fra litteraturen om misinformation med litteratur om mediemistillid, herunder i særdeleshed studier af hvordan mediemistillid modererer medieeffekter. Tidlig forskning i mediemistillid lagde vægt på fænomenets årsager, såsom såkaldte *game frames* (Cappella og Jamieson, 1997) eller *cues* fra mediekritiske eliter (Watts et al., 1999), men senere forskning har også orienteret sig mod konsekvenserne af mediemistillid for medieforbrug og betydningen heraf for demokratisk medborgerskab. For eksempel finder Tsfaty (2003) på tværs af fire stikprøver, at mediemistillid korrelerer med mindre eksponering over for nyhedsmedier under ét, men større eksponering over for ikkemainstream nyhedskilder, hvilket indikerer, at mediemistillid ansporer borgere til at forskyde deres medieforbrug væk fra mainstreamkilder.

Nogle eksisterende studier finder støtte til idéen om, at mediemistillid påvirker borgeres modtagelighed over for misinformation og korrektioner. For eksempel finder Miller og Krosnick (2000) i en række eksperimenter, at subjekter med høj politisk tillid og politisk viden reagerer på priming-stimuli, mens øv-

rige subjekter ikke gør. I en mere direkte, observationel test af samme idé finder Tsfati (2003), at sammenhængen mellem medieindhold og opfattelser af vigtige politiske problemer er svagere blandt respondenter med høj mediemistillid.

Vi forventer, at opmærksomhed på fake news vil reducere individers modtagelighed for medieinformation. Denne effekt opstår, fordi individer opbygger en generel skepsis over for ny information, uanset om den er korrekt eller ej. Som konsekvens vil personer som er primet til opmærksomhed på fake news være mindre tilbøjelige til at korrigere deres opfattelser og holdninger i lyset af ny information. På baggrund af tidligere studier forventer vi, at både misinformation og efterfølgende korrektioner vil være effektive i fraværet af en sådan prime.

## Hypoteser

I afsnittet her præsenterer vi studiets hypoteser og forskningsdesign, som begge er præregistreret hos Open Science Framework.<sup>2</sup> Her præsenterer vi tre hovedhypoteser og to eksplorative hypoteser, som alle fem er præregistrerede. Vi følger praksis fra tidligere studier af misinformation (se fx Nyhan og Reifler, 2015a; Thorson, 2016) og måler modtagelighed over for ny information i form af respondenters opbakning til en fiktiv politiker, som beskrives med forskellige kombinationer af misinformation og korrektioner. Derfor udtrykker de første tre hypoteser forskellige forventninger om, hvordan misinformation og korrektioner påvirker opbakning til politikerens.

Vi forventer for det første, at respondenter, som alene ser negativ misinformation om en politiker, vil udtrykke lavere opbakning end respondenter, som ikke ser denne information. Vi refererer til dette som *misinformationshypotesen*.

*Misinformationshypotesen:* Respondenter, som præsenteres for negativ misinformation, vil udtrykke lavere opbakning til den omtalte politiker sammenlignet med respondenter i kontrolgruppen.

Forventningen i misinformationshypotesen er ikke overraskende, men den fungerer som et vigtigt grundlag for resten af forskningsdesignet. Efter samme logik forventer vi, at respondenter, som præsenteres for både misinformation og en efterfølgende korrektion, vil udtrykke større opbakning end respondenter, der alene præsenteres for misinformation. Vi refererer til denne som *korrektionshypotesen*.

*Korrektionshypotesen:* Respondenter, som præsenteres for både negativ misinformation og efterfølgende korrektion, vil udtrykke højere opbakning til

den omtalte politiker sammenlignet med respondenter, som alene præsenteres for misinformation.

Eksisterende studier peger i forskellige retninger i spørgsmålet om, hvorvidt korrektionen bør forventes at kompensere fuldt ud for den oprindelige misinformation. Vores eksperimentelle design lægger sig tæt op ad Thorson (2016), som finder, at noget af effekten af misinformationen overlever korrektionen. Da vi således ikke har grundlag for skarpe forventninger på baggrund af den eksisterende litteratur, angiver korrektionshypotesen ikke præcis, hvor effektiv korrektionen forventes at være.

Sidst, men helt centralt, forventer vi, at effekterne beskrevet i misinformationshypotesen og korrektionshypotesen vil være svagere blandt respondenter, som primes med opmærksomhed på fake news. Vi refererer til denne som *fake news priming-hypotesen*.

*Fake news priming-hypotesen*: Effekterne beskrevet i misinformationshypotesen og korrektionshypotesen vil være svagere for respondenter, som primes med opmærksomhed på fake news sammenlignet med respondenter, som ikke primes.

Modsat de to første hypoteser er fake news priming-hypotesen således en "difference-in-differences" hypotese, der udtrykker en forventning om forskellene mellem to eksperimentelle betingelser henholdsvis med og uden en forudgående prime. Denne dobbelte sammenligning gør efterprøvning af hypotesen statistisk mere kompliceret. I resultatafsnittet nedenfor præsenterer vi både sammenligninger af simple gennemsnit på tværs af eksperimentelle betingelser og difference-in-differences, som direkte efterprøver den forventede forskel.

Ud over disse tre centrale hypoteser inkluderer vores præregistrering to eksplorative hypoteser om effekten af opmærksomhed på fake news på medietillid og politisk tillid. For begge typer tillid forventer vi, at respondenter, som præsenteres for en fake news prime vil udtrykke et lavere niveau. Disse to eksplorative hypoteser er motiveret af en forventning om, at opmærksomhed på fake news ikke alene vil svække modtagelighed over for ny information, men også vil svække overordnede opfattelser af systemlegitimitet såsom medietillid og politisk tillid.

## Eksperimentelt design

Vores interesse i opmærksomhed på fake news er motiveret af begrebets udbredelse i den offentlige debat. I den forstand er opmærksomhed på fake news

en *pre-treatment*-effekt, al den stund at nogle respondenter allerede har været udsat for den teoretiske påvirkning (Druckman og Leeper, 2012). Effekten af vores eksperimentelle design beror derfor på, om vi kan gøre respondenter i den primede gruppe mere opmærksomme på fake news sammenlignet med kontrolgruppen.

Denne forudgående opmærksomhed må forventes at være betydelig i USA, hvor en række studier påviser, at fake news-mærkatet nu anvendes ideologisk på sociale medier for at miskreditere ellers faktuelle nyheder, hvis de videregives af ens politiske modstandere (Brummette et al., 2018; Tong et al., 2020).

Vores surveydesign tager afsæt i denne designmæssige udfordring. Vi foretager eksperimentet i en stikprøve af danskere, konkret blandt læsere af nyhedsmagasinet *Mandag Morgen*. Begrebet fake news fylder relativt lidt i den danske offentlighed sammenlignet med den amerikanske, ikke mindst fordi begrebet ikke på samme måde som i USA har en prominent politisk sponsor. Dette relativt lavere niveau af forudgående opmærksomhed på fake news gør Danmark til en gunstig kontekst for at efterprøve effekten eksperimentelt.

Der findes ikke for nuværende studier af brugen af begrebet fake news i Danmark, men det danske medielandskab er generelt betydeligt mindre polariseret end det amerikanske, ligesom journalister har fælles professionelle standarder på tværs af tv-stationer, aviser og dagblade, hvilket ikke er tilfældet i USA (Ørsten og Willig, 2016; Lund, 2013). Samtidig er der ingen danske politiske ledere, der systematisk anvender betegnelsen fake news om etablerede danske medier (modsat i USA), selvom en række journalister advarer om amerikanske tendenser (Collignon, 2018). I den forstand mener vi, at vi godt kan antage, at begrebet ikke forstås politiseret, men netop som misvisende eller falske historier for læsere af *Mandag Morgen*.

Eksperimentet fandt sted i juni 2018, hvor vi rundsendte et link til et survey indlejret i *Mandag Morgens* e-mailnyhedsbrev. Som incitament til at deltage udloddede vi et gavekort på 3.000 kroner blandt respondenter, der udfyldte surveyen. 1.517 respondenter begyndte surveyen, hvoraf 1.147 respondenter fuldførte.

Den eksperimentelle del af surveyen består af to dele. Den første del, som vi her refererer til som *prime-treatment*, består af en nyhedsartikel i surveyens begyndelse. Denne prime er enten en fake news prime som omtaler udbredelsen af fake news eller en neutral kontrolartikel. Den andel, som vi refererer til som *misinformation treatment*, består af en anden nyhedsartikel, som indeholder enten ingen misinformation, misinformation alene, eller misinformation sammen med en efterfølgende korrektion.

Alle respondenter læser således to artikler som led i surveyen, den første én af to mulige betingelser, den anden én af tre. Eksperimentet består dermed af  $2 \times 3 = 6$  eksperimentelle betingelser (opsummeret i tabel 1). Vi føjer altså til den eksisterende litteratur ved eksperimentelt at variere tilstedeværelsen af en fake news prime, men inden for de to prime-betingelser følger det eksperimentelle design nøje praksis fra tidligere eksperimentelle studier af misinformation, i særdeleshed Thorson (2016) og Nyhan og Reifler (2015b).

*Tabel 1: Oversigt over eksperimentelle stimuli*

	Prime treatment	Misinfo treatment	Fake news prime	Misinfo	Korrektion
1	Ingen prime	Ingen misinfo			
2	Ingen prime	Misinfo		X	
3	Ingen prime	Misinfo+korrektion		X	X
4	Prime	Ingen misinfo	X		
5	Prime	Misinfo	X	X	
6	Prime	Misinfo+korrektion	X	X	X

Vi uddyber hver af disse eksperimentelle betingelser her.

### *Eksperimentelle betingelser*

Eksperimentets prime-betingelse består af en kort nyhedsartikel med titlen “Fake news er en trussel mod danske medier og demokrati”, som diskuterer udbredelsen af fake news i sociale medier og online nyhedsmedier. Artiklen er intentionelt skrevet i en relativt alarmistisk tone for at sikre, at den primer opmærksomhed på fake news mest muligt inden for rammerne af at fremstå realistisk. Betingelsen uden en prime er en artikel om forandringer i medieteknologi og betydningen af nye digitale platforme. Artiklens titel er “Tendenser i det danske medielandskab”, og den er bibeholdt i samme format som prime-artiklen, men er derudover skrevet for at fremstå relativt intetsigende. Begge artikler fremgår af Appendix A.

I tråd med gængs praksis i misinformationseksperimenter har de tre misinformationsbetingelser form af en nyhedshistorie om en fiktiv politisk figur (se fx Cobb, Nyhan og Reifler, 2013; Nyhan og Reifler, 2015b; Thorson, 2016). Det eksperimentelle design lægger sig især tæt op ad Thorson (2016), som præ-

senterer respondenter for kombinationer af negativ misinformation og korrektioner om en fiktiv amerikansk guvernør.

Den centrale fordel ved denne type treatment er, at respondenter ikke kan have forudgående holdninger til artiklens hovedperson. Det kan omvendt forekomme ironisk, at vi opfinder en ikkeeksisterende borgmester for at teste, hvordan folk reagerer på misinformation. Der er imidlertid to væsentlige grunde til, at vi ikke anvender et eksisterende eksempel på misinformation i eksempelvis et naboland. For det første vil vi sikre, at eksperimentet er så tæt på folks virkelighed som muligt, samtidig med at vi vil undgå, at partipolitisk (eller anden) bias påvirker respondenterne (hvis vi valgte en kendt kommune, borgmester og parti). For det andet tager vi et forskningsetisk hensyn: Vi er nødt til at opfinde en fiktiv borgmester og sag for at undgå, at respondenterne efterfølgende begynder at associere positivt eller negativt til eksisterende politikere, hvorved vi kan risikere at påvirke respondenternes holdninger.

Vores eksperimentelle stimuli udnytter, at eksperimentet fandt sted relativ kort tid efter det seneste danske kommunalvalg i november 2017. Det nylige kommunalvalg gør historien plausibel, og læseren vil formentlig ikke være overrasket over at støde på et ukendt borgmesternavn. For yderligere at sikre, at respondenter ikke skulle opdage at den beskrevne politiker er fiktiv, skrev vi i samarbejde med *Mandag Morgen* artiklen med afsæt i Morsø Kommune, hvor mediet har færrest abonnenter. Vi implementerede desuden et screenings spørgsmål i begyndelsen af surveyen, der ekskluderede respondenter fra Morsø Kommune.

Nyhedshistorien drejer sig om kommunalpolitik og begynder med en beskrivelse af to faktiske borgmestre, hvis kommuner klarer sig godt i henhold til kommunale performanceindikatorer. Til slut præsenterer artiklen en fiktiv borgmester, Vilhelm Jensen, hvis kommune klarer sig nogenlunde. For at minimere indflydelse fra partipolitisk bias præsenterer artiklen Vilhelm Jensen som valgt for en lokalliste. Tabel 2 præsenterer teksten, der indgår i hver eksperimentelle betingelse. Hver betingelse indeholder også teksten der fremgår i rækkerne ovenfor. Efter eksperimentet modtager alle deltagere en debriefing, som forklarer eksperimentets overordnede formål og indskærper, at Vilhelm Jensen er en fiktiv person.



Tabel 2: Artikeltekster i misinformationsbetingelser

Betingelse	Tekst
Ingen misinfo	En stor gruppe af kommuner er placeret trygt på midten. Et eksempel herpå er Morsø Kommune, hvor Vilhelm Jensen fra Borgerlisten har siddet ved magten de seneste fire år. Kommunen placerer sig relativt højt i serviceniveau på ældreområdet, men erhverslivet har ikke de mest gunstige vilkår. Dette er karakteristisk for udkantskommunerne, og Vilhelm Jensen udtaler, "Det er hårdt for erhverslivet i kommunen i disse år, men vi gør alt, vi kan, for at tiltrække nye unge erhvervsdrivende."
Misinfo	Det er dog for nyligt kommet frem, at Borgmester Vilhelm Jensen i sin tid ved magten i Morsø har begået groft embedsmisbrug med skatteborgernes penge. En gennemgang af Morsø Kommunes økonomi foretaget af kommunens revisionsfirma viser, at Vilhelm Jensen har misbrugt 1.194.000 kroner af skatteborgernes penge på spil i online-casinoet Delgardo. Pengene er taget fra en pulje, der skulle være brugt på bl.a. at renovere en af kommunens døgninstitutioner.
Misinfo+ korrektion	Opdateret d. 5. marts: Efter at artiklen er blevet offentliggjort, viser det sig nu, at Vilhelm Jensen alligevel ikke har misbrugt kommunens penge til online-spil, som kommunens revisionsfirma ellers var nået frem til. Fejlen skyldes et navnesammenfald i revisionsfirmaets regnskabsdata. De 1.194.045 kroner er helt lovligt blevet brugt til at betale håndværkerfirmaet Delgardo for at renovere en af kommunens døgninstitutioner. Mandag Morgen beklager fejlen.

### *Afhængige variable*

Vi undersøger deltagernes reaktioner på de eksperimentelle stimuli på tværs af en række afhængige variable. Alle disse variable, herunder hvordan vi konstruerer dem på baggrund af surveyitems, fremgår af studiets præregistrering.

Vi foretager for det første manipulationstjek for hver af de to eksperimentelle betingelser. For prime-betingelsen beder vi umiddelbart efter den første artikel respondenterne angive op til tre ord, de forbinder med danske medier. Vi efterprøver effekten af primen ved at teste, hvor ofte respondenter i prime-betingelsen anvender ord, der relaterer sig til fake news sammenlignet med respondenter i kontrolgruppen. For misinformationsbetingelserne beder vi respondenterne angive, hvor sandsynligt det er, at borgmesteren i artiklen har været involveret i en svindelsag, svarende til den centrale påstand i misinformationsartiklen.

Disse manipulationstjek bør evalueres med det forbehold, at både prime og misinformation potentielt kan være effektive, selv hvis respondenterne ikke selv ved, at de er blevet påvirket. Klassiske psykologiske studier peger på, at menneskers gengivelser af mentale processer er upålidelige (Nisbett og Wilson, 1977).

Det indebærer, at primen eksempelvis kan gøre respondenterne implicit mindre tillidsfulde, selv uden at det afspejles i deres eksplicitte svar.

Eksperimentets centrale afhængige variabel er respondentens opbakning til artiklens fiktive borgmester. Vi måler opbakning i form af respondentens grad af enighed med to udsagn: ét om hvorvidt borgmesteren er “kvalificeret til at repræsentere kommunens borgere”, og ét om hvorvidt borgmesteren “varetager borgernes interesser”. Vi kombinerer de to items til et *opbakningsindeks*, som har et acceptabelt reliabilitetsniveau (Cronbach’s  $\alpha = .6$ ). Vores centrale resultater består af sammenligninger af dette opbakningsindeks på tværs af eksperimentelle betingelser.

Et uforudset aspekt af data, som dermed heller ikke er afspejlet i præregistreringen, er, at mange respondenter svarer ”Ved ikke” til et eller begge items om opbakning. Det sker naturligt nok især i ”Ingen misinfo”-betingelsen, hvor respondenter næsten ikke læser noget om den fiktive borgmester. For at efterprøve resultaternes robusthed over for denne kilde til målefejl foretager vi også vores analyser med et dikotomt mål, der antager værdien 1, hvis respondenterne udtrykker lav opbakning, og ellers antager værdien 0. Vi rapporterer resultaterne med denne alternative afhængige variabel i Appendix B.

For de to eksplorative hypoteser anvender vi etablerede mål for politisk tillid og medietillid fra Den Danske Valgundersøgelse. Begge indeks har acceptable niveauer af reliabilitet (Cronbach’s  $\alpha$  hhv.  $.64$  og  $.71$ ).

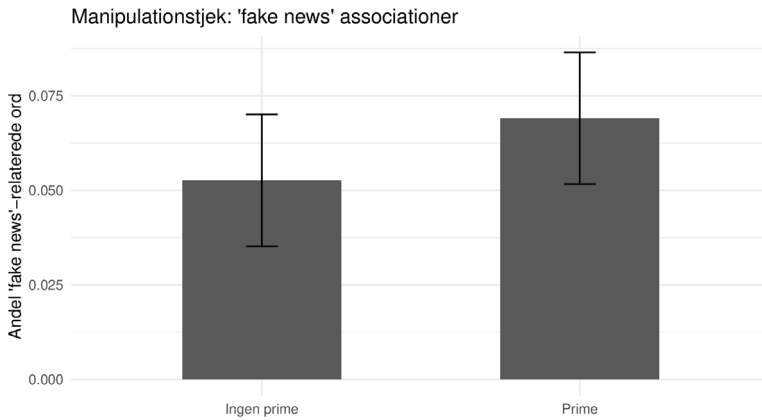
## Resultater

Her præsenterer vi resultaterne for de forskellige eksperimentelle betingelser. For overskuelighedens skyld præsenterer vi alle resultater i grafisk form, men alle resultater fremgår i tabelform i Appendix C-D. Appendixstabellerne viser også estimater fra modeller, der inkluderer baggrundsvariablene alder, køn og uddannelse som kovariater.

### *Manipulationstjek*

Figur 1 viser resultatet fra det første manipulationstjek, som efterprøver effekten af primen i form af, hvilke ord respondenter forbinder med danske medier. Som man ser, forbinder respondenter generelt ikke danske nyhedsmedier med fake news, uanset om de har været eksponeret for primen eller ej. Andelen er lidt højere i prime-betingelsen sammenlignet med kontrolbetingelsen, men forskellen er ikke statistisk signifikant ( $p = .192$ ), og det absolutte niveau er på bare omtrent 6 pct. Det peger på, at respondenter ikke spontant forbinder danske nyhedsmedier med fake news, selv når de umiddelbart forinden har læst en artikel, der eksplicit forbinder de to.

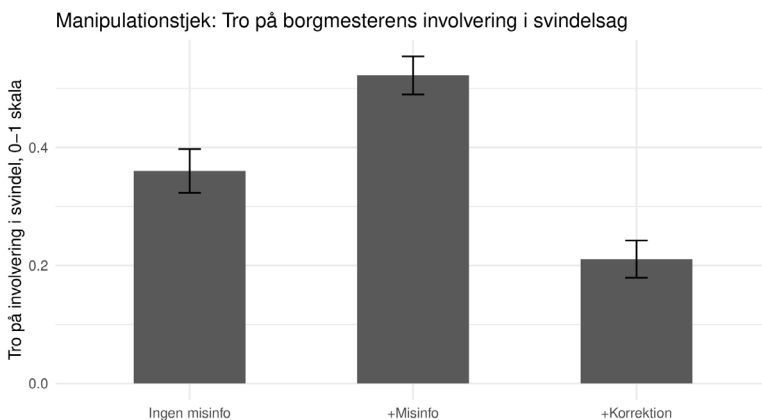
Figur 1: Manipulationstjek af priming



Note: Y-aksen viser andelen af respondenter der angiver ét eller flere fake news-relaterede ord til at beskrive danske medier efter at have læst den første artikel. Forskellen mellem betingelserne er ikke statistisk signifikant ( $p = .192$ ).

Figur 2 viser resultatet fra det andet manipulationstjek i form af respondentens tro på, at borgmesteren har været involveret i en svindelsag, på tværs af de tre misinformationsbetingelser.

Figur 2: Manipulationstjek af misinformationsstimuli



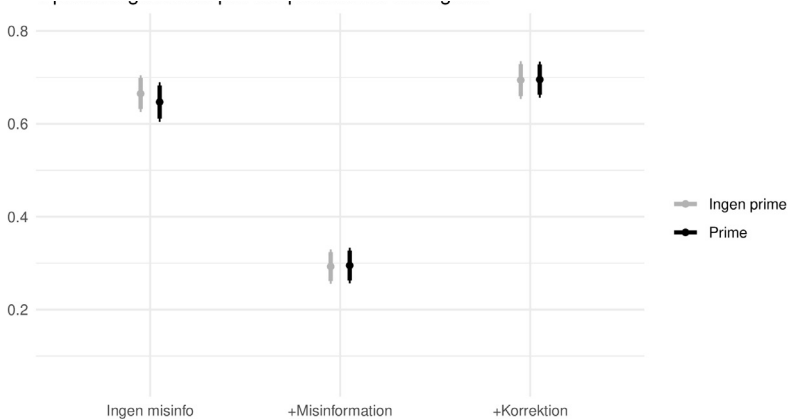
Note: Niveauerne på tværs af de tre betingelser er hhv. .36, .52 og .21. Alle grupper er indbyrdes statistisk signifikant forskellige ( $p < .001$ ).

Modsat primen viser dette manipulationstjek, at misinformationsbetingelserne havde den intenderede effekt. Respondenter i misinformationsbetingelsen er markant mere tilbøjelige til at tro, at borgmesteren har været involveret i en svindelsag. Påfaldende nok er respondenter i korrektionsbetingelsen endnu mindre tilbøjelige til at tro på en svindelsag end respondenterne i kontrolgruppen, på trods af at de to grupper strengt taget – dvs. når man tager højde for korrektionen af korruptionsanklagen – har fået samme information om borgmesteren.

### Hovedresultater

Figur 3 angiver gennemsnitlig opbakning til borgmesteren for hver af de eksperimentelle betingelser. I appendiks B viser vi, at resultater med det alternative, dikotome mål for opbakning er substantielt identiske.

Figur 3: Opbakningsindeks per eksperimentel betingelse



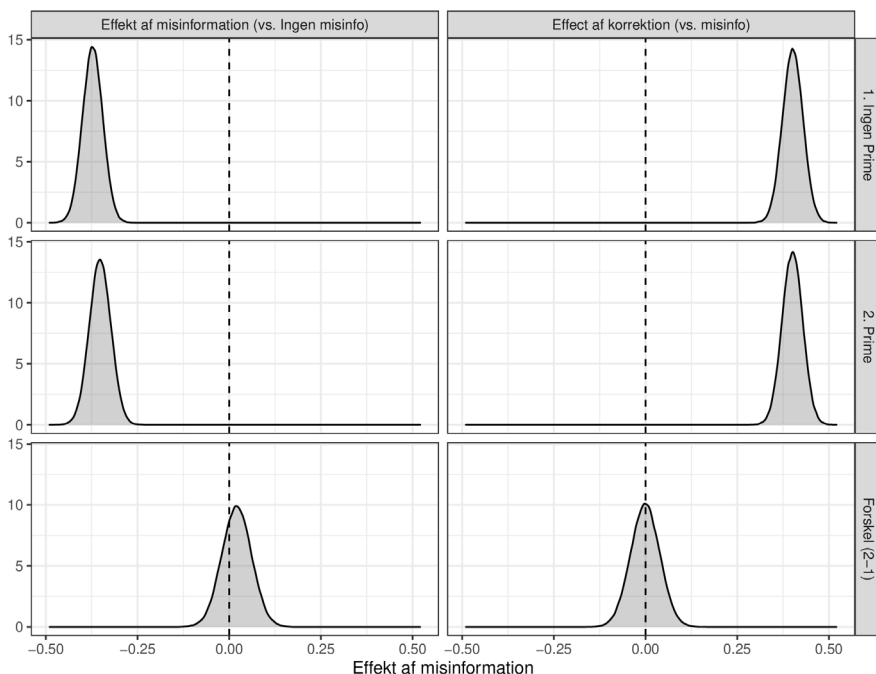
I tråd med misinformationshypotesen angiver respondenter i misinformationsbetingelsen betragteligt lavere opbakning til borgmesteren sammenlignet med kontrolgruppen. Forskellen er 0,37 på en skala fra 0 til 1 og statistisk signifikant ( $p < .001$ ). Data understøtter også korrektionshypotesen, idet opbakning til borgmesteren er større i korrektionsbetingelsen end i misinformationsbetingelsen.

Effekten af korrektionen er 0,4 på en skala fra 0 til 1, dvs. af omtrent samme størrelse som den oprindelige effekt af misinformation. Faktisk er opbakningen i korrektionsbetingelsen en smule højere end i kontrolbetingelsen, omend forskellen ikke er statistisk signifikant ( $p = .10$ ). Dette resultat står i kontrast

til Thorson (2016), som finder evidens for et ”ekko” af misinformation i form af en negativ effekt på opbakning af misinformation, selv efter den oprindelige misinformation er korrigeret. Denne forskel er bemærkelsesværdig, da vores eksperimentelle design i øvrigt er helt sammenligneligt med Thorsons.

Vi vender os nu mod studiets egentlige hypotese, fake news priming-hypotesen. Som vist i figur 3 er variationen i opbakning på tværs af misinformationsbetingelserne meget ensartet med og uden en forudgående prime. Det peger på, at den modererende effekt af primen er meget beskedent. For at teste hypotesen direkte anvender vi den simulationsbaserede tilgang præsenteret i King, Tomz og Wittenberg (2000) til at estimere forskellen mellem primede og ikkeprimede respondenter reaktioner direkte. Vi opsummerer resultaterne i figur 4.

Figur 4: Fordelinger af forventede værdier af effekterne af misinformation



Note: (ctr. ingen misinformation) og korrektion (ctr. misinformation) under ”Ingen prime” (øverste række) og ”Prime” (midterste række) betingelserne. Den nederste række viser forskellen mellem de to effekter.

De øverste og midterste paneler i venstre side af figur 4 illustrerer effekten af misinformation på opbakning i betingelserne uden en prime (øverst) og med

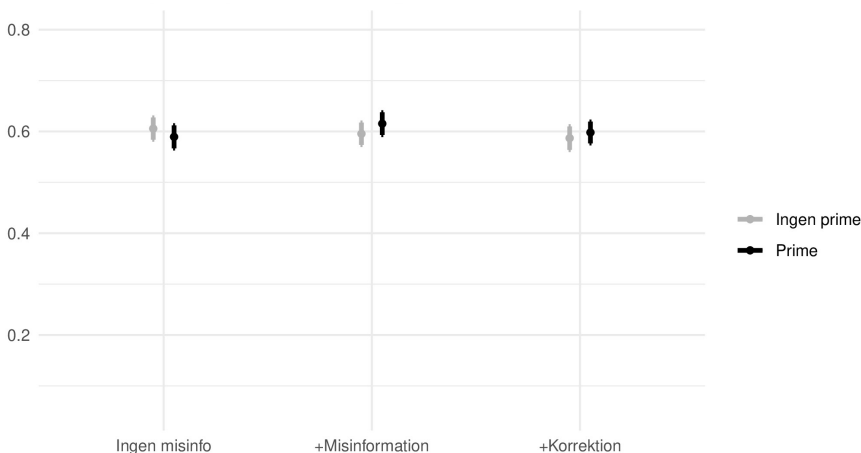
en prime (midten). Tilsvarende viser panelerne i højre side effekten af den efterfølgende korrektion på opbakning i betingelserne uden en prime (øverst) og med en prime (midten). Effekterne vises som fordelinger af forventede værdier. Den nederste række viser forskellen mellem disse fordelinger, dvs. forskellen i effekter for primede og ikkeprimede respondenter.

Som figur 4 viser, er forskellen mellem primede og ikkeprimede respondenter i begge tilfælde næsten nul og statistisk insignifikant. Konfidensintervallerne for begge forskelle lægger sig tæt omkring nul ( $[-.06; .09]$  for misinfo vs. ingen misinfo,  $[-.07; .08]$  for misinfo+korrektion vs. misinfo). Vi finder dermed ikke støtte til fake news priming-hypotesen.

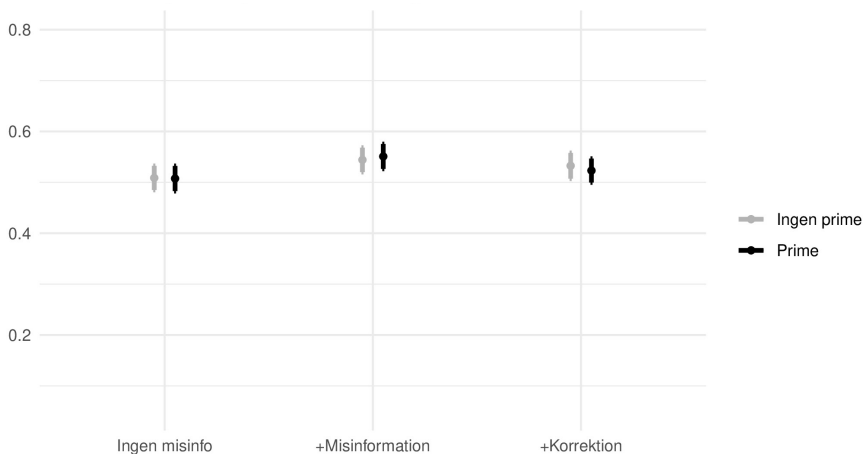
### *Tests af eksplorative hypoteser*

Figurerne 5 og 6 præsenterer tests af eksperimentets to eksplorative hypoteser om effekter på medietillid og politisk tillid. For sammenlignelighedens skyld præsenterer vi figurerne med samme y-akse som i figur 3 ovenfor. Som figurerne viser, har begge eksperimentelle treatments minimale effekter på medietillid og politisk tillid, som ikke kan skelnes fra nul. På tværs af misinformations- og prime-betingelser befinder respondents medietillid sig konsistent omkring sit gennemsnit på omtrent 0,6, og politisk tillid omkring sit gennemsnit på omtrent 0,53. Vi finder således ikke støtte til vores eksplorative hypoteser.

Figur 5: Niveauer af medietillid på tværs af eksperimentelle betingelser



Figur 6: Niveauer af politisk tillid på tværs af eksperimentelle betingelser



## Konklusion

Artiklen her præsenterer resultater fra et eksperiment, der havde til formål at undersøge, hvordan individer reagerer på misinformation og korrektioner afhængig af eksponering over for mediedækning af fake news. Eksperimentet efterprøvede fake news priming-hypotesen, en teoretisk forventning om at individer med forudgående opmærksomhed på fake news er mindre responsive over for misinformation og korrektioner. Vi finder ikke støtte til hypotesen. Uanset om respondenter eksponeres for mediedækning af fake news eller ej, reagerer de på samme måde på både misinformation og korrektioner. Vi finder også, at korrektioner til fulde udligner de negative effekter af den oprindelige misinformation. En mere negativ fortolkning er imidlertid, at uanset hvor meget man gør borgerne opmærksomme på fake news, så er de lige let til fals for misinformation.

Vores resultater har vigtige implikationer for konsekvenserne af udbredelsen af misinformation og den offentlige debat herom. Specifikt indikerer de, at medier kan dække fænomenet fake news uden at risikere at bidrage til skepsis over for nyhedsmedier som sådan. Vores resultater strider også imod tidligere resultater fra sammenlignelige studier. Mere specifikt er vores studie designet til at svare nøje til Thorson (2016), men modsat dette finder vi ikke evidens for "belief echoes". Det peger således på den relativt mere opløftende konklusion, at korrektioner faktisk formår fuldt ud at kompensere for forudgående misinformation.

Der knytter sig samtidig nogle relevante forbehold til denne konklusion. Eksperimentet fandt sted blandt læsere af *Mandag Morgen*, et relativt elitært medie med en højtuddannet læserskare. Det er muligt, at højtuddannede har særligt gode forudsætninger for at sortere i medieinformation, og at ikkehøjtuddannede ville reagere anderledes. Tilsvarende eksperimenter i andre grupper, herunder især mere uddannelsesmæssigt repræsentative populationer, ville kunne kaste lys over resultatets generaliserbarhed. Det er også plausibelt, at resultatet afhænger af den bredere politiske kontekst. Specifikt peger nyere forskning på, at begrebet fake news har fået en politiseret rolle i den amerikanske offentlighed (Egelhofer et al., 2020; Li, 2010). Det er sandsynligt, at en fake news prime vil have større resonans i en sådan kontekst. Derfor kan vores resultater ikke generaliseres hertil.

Et andet relevant forbehold, er at eksperimentets implementering af fake news priming bestod af én kort nyhedsartikel. I virkelighedens verden er opmærksomhed på fake news snarere et resultat af mange, gentagne indtryk, der akkumulerer over tid. Derfor er det en relevant indvending mod vores eksperiment, at primen var ubetydelig sammenlignet med den eksponering, borgere får i deres normale medieforbrug. Fremtidig forskning i form af fx panelstudier vil kunne kaste lys over effekterne af gentagen eksponering på medietillid i almindelighed og modtagelighed over for misinformation og korrektioner i særdeleshed.

## Supplerende materiale

Supplerede materiale til artiklen findes [her](#).

## Noter

1. Denne artikel udspringer af forskningsprojektet ”Digital Disinformation” støttet af Carlsbergfondet (projektnummer CF16-0012, PI: Rebecca Adler-Nissen).
2. Præregistreringen er tilgængelig på <https://osf.io/nd2mx/register/565fb3678c5e4a66b5582f67>.

## Litteratur

- Allcott, Hunt og Matthew Gentzkow (2017). Social media and fake news in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives* 31 (2): 211-236.
- Berinsky, Adam J. (2017). Rumors and health care reform: Experiments in political misinformation. *British Journal of Political Science* 47 (2): 241-262.
- Brummette, John, Marcia DiStaso, Michail Vafeiadis og Marcus Messner (2018). Read all about it: The politicization of fake news on Twitter. *Journalism & Mass Communication Quarterly* 95 (2): 497-517.



- Cappella, Joseph N. og Kathleen Hall Jamieson (1997). *Spiral of Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford: Oxford University Press.
- Cobb, Michael D., Brendan Nyhan og Jason Reifler (2013). Beliefs don't always persevere: How political figures are punished when positive information about them is discredited. *Political Psychology* 34 (3): 307-326.
- Collignon, Pierre (2018). *Tilbage til virkeligheden: kampen mod fake news, løgne og manipulationer*. København: Gyldendal.
- Druckman, James N. og Thomas J. Leeper (2012). Learning more from political communication experiments: Pretreatment and its effects. *American Journal of Political Science* 56 (4): 875-896.
- Egelhofer, Jana Laura, Loes Aaldering, Jakob-Moritz Eberl, Sebastian Galyga og Sophie Lecheler (2020). From Novelty to Normalization? How Journalists Use the Term fake news in Their Reporting. *Journalism Studies* 21 (10): 1323-1343.
- Flynn, D.J., Brendan Nyhan og Jason Reifler (2017). The nature and origins of misperceptions: Understanding false and unsupported beliefs about politics. *Political Psychology* 38 (1): 127-150.
- King, Gary, Michael Tomz og Jerry Wittenberg (2000). Making the most of statistical analyses: Improving interpretation and presentation. *American Journal of Political Science* 44 (2): 341-355.
- Kuklinski, James H., Paul J. Quirk, Jennifer Jerit, David Schwieder og Robert F. Rich (2000). Misinformation and the currency of democratic citizenship. *The Journal of Politics* 62 (3): 790-816.
- Ladd, Jonathan M. (2012). *Why Americans Hate the Media and How It Matters*. Princeton: Princeton University Press.
- Lewandowsky, Stephan, Ullrich K.H. Ecker, Colleen M Seifert, Norbert Schwarz og John Cook (2012). Misinformation and its correction: Continued influence and successful debiasing. *Psychological Science in the Public Interest: A Journal of the American Psychological Society* 13 (3): 106-131.
- Li, S Xin (2010). Social identities, ethnic diversity, and tax morale. *Public Finance Review* 38 (2): 146-177.
- Love, Robert (2007). Before Jon Stewart. *Columbia Journalism Review* 45 (6): 33-37.
- Lund, Anker Brink (2013). *Mangfoldighed i dansk dagspresse: et publicistisk serviceeftersyn*. København: Center for Civilsamfundsstudier, CBS.
- Miller, Joanne M. og Jon A. Krosnick (2000). News media impact on the ingredients of presidential evaluations: Politically knowledgeable citizens are guided by a trusted source. *American Journal of Political Science* 44 (2): 301-315.
- Nisbett, Richard E. og Timothy D. Wilson (1977). Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes. *Psychological Review* 84 (3): 231-259.

- Nyhan, Brendan (2020). Facts and myths about misperceptions. *Journal of Economic Perspectives* 34 (3): 220-236.
- Nyhan, Brendan og Jason Reifler (2010). When corrections fail: The persistence of political misperceptions. *Political Behavior* 32 (2): 303-330.
- Nyhan, Brendan og Jason Reifler (2015a). The effect of fact-checking on elites: A field experiment on U.S. state legislators. *American Journal of Political Science* 59 (3): 628-640.
- Nyhan, Brendan og Jason Reifler (2015b). Displacing misinformation about events: An experimental test of causal corrections. *Journal of Experimental Political Science* 2 (1): 81-93.
- Nyhan, Brendan, Ethan Porter, Jason Reifler og Thomas Wood (2017). *Taking Corrections Literally But Not Seriously? The Effects of Information on Factual Beliefs and Candidate Favorability*. [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2995128](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2995128)
- Pomerantsev, Peter (2015). The Kremlin's information war. *Journal of Democracy* 26 (4): 40-50.
- Porter, Ethan og Thomas J. Wood (2019). *False Alarm: The Truth about Political Mistruths in the Trump Era*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ross, Lee, Mark R. Lepper og Michael Hubbard (1975). Perseverance in self-perception and social perception: Biased attributional processes in the debriefing paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology* 32 (5): 880-892.
- Thorson, Emily (2016). Belief echoes: The persistent effects of corrected misinformation. *Political Communication* 33 (3): 460-480.
- Tong, Chau, Hyungjin Gill, Jianing Li, Sebastián Valenzuela og Hernando Rojas (2020). "Fake news is anything they say!" Conceptualization and weaponization of fake news among the American public. *Mass Communication and Society* 23 (5): 755-778.
- Tsfati, Yariv (2003). Does audience skepticism of the media matter in agenda setting?" *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 47 (2): 157-176.
- Vallone, Robert P., Lee Ross og Mark R. Lepper (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology* 49 (3): 577-585.
- Watts, Mark D., David Domke, Dhavan V. Shah og David P. Fan (1999). Elite cues and media bias in presidential campaigns: Explaining public perceptions of a liberal press. *Communication Research* 26 (2): 144-175.
- Wood, Thomas og Ethan Porter (2019). The elusive backfire effect: Mass attitudes' steadfast factual adherence. *Political Behavior* 41 (1): 135-163.
- Ørsten, Mark og Ida Willig (2016). Det danske mediesystem, pp. 13-34 i Thomas Olesen (red.), *Medier, politik og samfund*. København: Hans Reitzels Forlag.