

Falske nyheders magt: Hvorfor tror vi på dem, hvorfor spreder vi dem?

**Michael Bang Petersen, professor, Institut for Statskundskab,
Aarhus Universitet, michael@ps.au.dk**

Falske nyheder om politiske ledere, grupper og begivenheder har fået magt og sat deres aftryk på væsentlige politiske begivenheder som Brexit-afstemningen i Storbritannien og det amerikanske præsidentvalg i 2016. Ét væsentligt træk ved falske nyheders magt er, at vi selv skaber den ved at dele de falske nyheder på sociale medier. Hvis vi skal forstå falske nyheders magt, skal vi altså forstå, hvorfor folk er psykologisk motiverede til at sprede dem. I denne artikel argumenteres der for, at vi kan analysere falske nyheder som et bredere psykologisk fænomen, nemlig rygter. Artiklen introducerer til centrale perspektiver inden for den psykologiske og antropologiske forskning i rygter og argumenterer for, at falske nyheders magt hviler på psykologiske systemer til at mobilisere sin gruppe til konflikt mod andre grupper. Den indsigt har væsentlige konsekvenser for, hvordan vi skal komme falske nyheder til livs.

Hvert år udvælger den store engelske ordbog Oxford Dictionary årets ord. Det er et udtryk, der har fyldt særligt det pågældende år. I 2016 var udtrykket »post-truth«, som bedst kan oversættes med »hinsides sandhed«. Udtrykket betegner en tilstand, hvor objektive fakta trumfes af følelser og personlige overbevisninger (Oxford Dictionary, 2016). Og det er ikke mindst en tilstand, der ifølge ordbogen kendetegnede en række politiske begivenheder det år. Valgkampagnerne, der lå bag valget af Donald Trump som USA's præsident og Storbritanniens udmeldelse af EU,

fremhæves begge i valget af »hinsides sandhed«. Et andet – og relateret – ord, der blev en del af den politiske journalistik i 2016, var »fake news«.

Falske nyheder er nyheder som, at den tidligere amerikanske præsident Obama er muslim; at den tidligere danske statsminister Helle Thorning Schmidts mand er homoseksuel; og – i den endnu mere kuriøse afdeling – at staben for den amerikanske præsidentkandidat, Hillary Clinton, drev en pædofilring under et pizzeria. 46 pct. af de republikanske vælgere troede ikke desto mindre, at sidstnævnte var den skinbarlige sandhed (YouGov, 2017). Det er lige under 29 millioner amerikanere. En enkelt person var så overbevist, at han angreb pizzeriaet med et automatvåben (Jyllands-Posten, 2016). Dette kunne tyde på, at nyhedernes magt måske har ændret sig. At nyheders magt ikke blot består i at sætte en journalistisk vinkel på faktiske begivenheder (jf. Tøgeby o.a., 2003). Men også i at sprede det pure opspind.

Falske nyheder har ikke taget magten. Men de har magt. De påvirkede måske udfaldet af de to nævnte valg. EU har opsat et agentur (det såkaldte East Strat Com-agentur) til at modgå falske nyheder fra Rusland; og internationalt politi advarer mod spredningen af

rygter i forbindelse med terrorangreb (Polizei Berlin Einsatz, 2016).

Formålet med denne artikel er ikke at foretage en systematisk empirisk kortlægning af denne magt. Formålet er i stedet teoretisk: at se bagom de falske nyheder og spørge, *hvorfor* de har magt? Hvorfor er det, at borgerne lader sig påvirke af dem – og hvorfor er de selv med til at sprede dem på sociale medier som Facebook og Twitter? Argumentet i artiklen er, at vi kun kan forstå spredningen af falske nyheder, hvis vi får en bedre forståelse for de psykologiske processer, der ligger bag borgernes relation til politik. Falske nyheder lever af borgernes villighed til at sprede dem via sociale medier, og kun ved at forstå psykologien bag denne villighed kan vi vurdere, hvilke konsekvenser de falske nyheder har for magten i Danmark – og hvordan vi kommer dem til livs.

Falske nyheders magt: Nødvendigheden af et psykologisk perspektiv

»I krig er sandheden det første offer«, sagde den græske digter Aischylos i 480 f.kr. Rygter og deciderede usandheder har altid været en del af politik. Men én udvikling gør måske, at de falske nyheder spiller en større rolle i dag end tidligere: Fremkomsten af sociale medier. Sociale medier udgør en vigtig, men ikke altoverskyggende, kilde til politiske nyheder for mange mennesker. 53 procent af danskerne læser således nyheder på sociale medier (Schrøder o.a., 2017: 18; se også Anker Brink Lunds artikel i dette temanummer). Derudover sætter sociale medier folk i stand til selv at skabe eller kommentere politiske nyheder og dele dem med andre. Det bryder med det informationsmonopol, som massemedierne tidligere har haft som bindeled mellem den politiske arena og borgerne. Det indeholder på den ene side et enormt demokratisk potentiale. Borgere kan komme direkte i kontakt med politikere og omvendt. På sociale medier er der ikke en overdommer i form af eksempelvis en journaliststand, der skal afgøre,

om noget er nyhedsværdigt. Men fraværet af overdommere betyder på den anden side, at der ikke længere er nogen kontrol med, hvad der bliver delt og sagt. Er det rigtigt? Er det forkert? Skete begivenhederne rent faktisk? Hvad siger de andre involverede parter?

Når massemedierne har skullet beskrive og forklare den betydning, som falske nyheder har fået, har de ofte ledt efter kilden til en falsk nyhed. Hvem startede nyheden? I forbindelse med eksempelvis det amerikanske præsidentvalg i 2016 kredsede den journalistiske interesse sig omkring russiske hackere og radikale højreorienterede nyhedssites. Det var dem, der havde en klar interesse i at få Donald Trump valgt som præsident, og indiciene peger på, at de spredte falske nyheder med det formål.

Men skal vi forstå falske nyheders magt, er det ikke nok at identificere kilden til dem. Fordi falske nyheder i høj grad virker igennem sociale medier, har de kun effekt, i den udstrækning folk er villige ofre og selv deler dem. Det er igennem udbredelsen på sociale medier, at falske nyheder får magt. Hvis vi skal forstå falske nyheder, så skal vi altså forstå deres spredning. På den måde kræver forståelsen af falske nyheders et psykologisk perspektiv: Hvad er det for motivationer, der leder folk til at tro på noget, der er falsk? Og hvad er det for motivationer, der leder folk til efterfølgende at sprede det?

Falske nyheder som rygter

Når borgerne læser en nyhed, er den i sagens natur enten falsk eller sand (eller indeholder en kombination af sande og falske påstande). Men borgerne ved det givetvis ikke i det øjeblik, de støder på nyheden, og i det øjeblik de deler den. En frugtbar måde at analysere falske nyheder på er derfor som repræsentanter for en bredere kategori: Rygter. Inden for psykologi er rygter veletablerede studieobjekter (DiFonzo og Bordia, 2007). Rygter begrebsliggøres som informationer med lav

grad af evidens bag sig. Ifølge forskningen i rygter adskiller denne kategori sig fra traditionelle (og sande) nyheder alene ud fra graden af belæg. Både traditionelle nyheder og rygter handler om emner, der er vigtige, og indeholder informationer, der opfattes som brugbare (i modsætning til eksempelvis underholdende sladder). Hvis vi skal forstå spredningen af falske nyheder, skal vi altså forstå, hvorfor folk ønsker at dele potentielt vigtige informationer med lav grad af evidens.

Et klassisk perspektiv: Behovet for korrekte forestillinger i en usikker verden

En række internetfirmaer som Google og Facebook arbejder på at komme falske nyheder til livs. Deres løsninger fokuserer på at anvende algoritmer til at »varedeklare« nyheders formodede sandhedsværdi over for brugeren, når den dukker op på computerskærmen. En sådan løsning hviler på specifikke antagelser om, hvilke psykologiske processer der ligger bag delingen af falske nyheder. Antagelsen er, at folk først og fremmest er interesserede i at sprede korrekte informationer.

Forskningen i rygter har i nogen grad underbygget betydningen af denne model for rygtespredning (DiFonzo og Bordia, 2007). Den klassiske model i studiet af rygter er således, at rygter reflekterer et behov for at håndtere usikkerhed. I usikre situationer foretrækker folk underbygget information, men hvis den ikke er tilgængelig, stiller de sig tilfredse med rygter. Modellen er eksempelvis velunderbygget i studiet af fyringsrunder. Alle medarbejdere vil gerne vide, hvem der bliver fyret, men det er svært at få præcise informationer fra ledelsen. Derfor tyer man, i mangel af bedre, til rygter.

Der er en række studier, som tyder på, at modellen har noget for sig i forbindelse med spredningen af information på sociale medier. Folk deler primært (men ikke kun) historier, som de tror er sande (Chen & Shin, 2013), og

de deler primært historier fra kilder, som de har tillid til (Zhang o.a., 2014). Men ifølge en række studier er denne klassiske model inden for rygtforskningen ikke den fulde sandhed om spredningen af politiske rygter på sociale medier (se Miller o.a., 2016). For når det kommer til politik, deler usikre folk ikke alle rygter. De deler primært rygter, der sætter et negativt lys på grupper, som de ikke bryder sig om (Miller o.a., 2016).

Et nyt perspektiv: Behovet for at mobilisere sin gruppe

I forbindelse med det amerikanske præsidentvalg i 2016 foretog YouGov (2016) en stor undersøgelse af troen på falske nyheder. Resultaterne var slående og nedslående. Eksempelvis troede hele 62 pct. af de Republikanske vælgere på et (falsk) rygte om, at millioner af ulovlige stemmer var blevet afgivet i valget. Når det kom til de Demokratiske vælgere, gjaldt det blot 25 pct. Rygtet – som fik opmærksomhed i medierne – passede til Republikanernes interesse, fordi det gav en forklaring på, hvorfor Clinton samlet set fik flere stemmer end Trump (men alligevel tabte på grund af det amerikanske valgsystems indretning).

Et andet rygte, der fik opmærksomhed, var, at »Rusland fiftede med stemmeoptællingen for at hjælpe Donald Trump«. Der er intet, som tyder på, at dette er rigtigt, men 50 pct. af Demokraterne troede det. Det gjorde kun 9 pct. af Republikanerne.

Et tredje rygte, der også passer til Demokraternes politiske interesse var, at »Russerne hackede Demokraternes emails for at hjælpe Donald Trump«. Dette er formentlig et rygte, der er sandt, og virker som en påmindelse om, at selv absurde nyheder kan være sande. 87 pct. af Clinton-vælgere troede på det, mens kun 20 pct. af Trump-vælgere mente, at det var sandt.

Det mest ekstreme falske rygte i forbindelse

med den amerikanske valgkamp var formentlig rygtet om, at Clintons stab organiserede en pædofilring fra et pizzeria. 17 pct. af Clinton-vælgerne mente faktisk, at dette var sandt. Endnu mere overraskende er det, at hele 46 pct. af Trump-vælgerne troede det.

Resultaterne viser klart, at ud over at ganske mange er villige til at tro på ret usandsynlige historier, er folks forestillinger om, hvad der er sandt og falsk, også kraftigt influeret af deres politiske tilhørsforhold.

Politisk motiveret tænkning

Disse fund omkring politiske rygter stemmer overens med en stigende interesse inden for politisk psykologi i såkaldt *politisk motiveret tænkning* (Miller o.a., 2016). En retssag kan bruges til at illustrere denne psykologiske proces (Taber o.a., 2001: 208). I en retssag er juryens opgave at danne korrekte forestillinger: er vedkommende på anklagebænken skyldig eller uskyldig? En forsvarsadvokat har derimod en anden opgave: at indsamle og dele informationer med det formål at sætte den anklagede i det bedst mulige lys. Det kan betyde, at forsvareren ser bort fra nogle informationer og overdriver betydningen af andre informationer. Pointen fra politisk psykologi er, at folk går til politik på samme måde, som en forsvarsadvokat går til en retssag (Taber o.a., 2001; for en dansk introduktion, se Slothuus, 2017).

Eksperimentelle undersøgelser i både Danmark og USA viser eksempelvis, at vælgerne er tilbøjelige til at skifte holdning til politiske forslag, afhængig af om forslaget fremsættes af et parti, de godt kan lide, eller ej (Druckman o.a., 2013; Slothuus og De Vreese, 2010; Petersen o.a., 2013). Mere overraskende er det måske, at de politiske tilhørsforhold farver opfattelsen af selv relativt objektive forhold, såsom den økonomiske situation. Når »deres« parti er ved regeringsmagten, har folk en tilbøjelighed til at synes, at det står bedre til med den økonomiske situation (Bis-

gaard, 2015). Det samlede billede af disse og andre undersøgelser, at borgerne i høj grad evaluerer nye informationer på en partisk måde. Hvis informationerne stiller »deres« parti i et positivt lys, så er de mere tilbøjelige til at tro på informationerne (Leeper og Slothuus, 2014).

Politisk motiveret tænkning er funderet i gruppepsykologiske processer. Studier i politisk psykologi viser, at politiske identiteter (såsom ideologiske eller partimæssige tilhørsforhold) understøttes af de samme, dybtliggende mekanismer, som dem, der understøtter mere klassiske gruppeidentiteter, såsom etnicitet eller race (Pietraszewski o.a., 2015). Undersøgelser, der anvender metoder fra neuropsykologien til at undersøge ubevidste psykologiske processer, viser endvidere, at politisk motiveret tænkning opstår, fordi de politiske identiteter udøver et stærkt affektivt pres på vores holdningsdannelse (Petersen o.a., 2015). Det føles simpelthen ubehageligt at erklære sig enig med et parti, som man ikke kan lide, og det føles ubehageligt at erklære sig uenig med et parti, som man godt kan lide (Petersen o.a., 2013). At være socialdemokrat eller venstremand er – fra et psykologisk perspektiv – på mange måder som at være FCK-fan eller Brøndby-fan. Man holder med sin gruppe i tykt og tyndt.

Et vigtigt element for at forstå graden af politisk motiveret tænkning og spredningen af politiske rygter er, at et andet træk fra sportens verden går igen i borgernes forhold til politik: Ikke blot vækkere deres eget parti positive følelser; der er også andre partier, som vækker stærke *negative* følelser. I USA er der klare tegn på, at de politiske identiteter bliver mere og mere polariserede (Iyengar o.a., 2012). Det vil sige, at borgernes følelser i forhold til de politiske modstandere bliver mere og mere negative. Et stærkt eksempel på dette er, at omkring 40 pct. af den amerikanske befolkning ikke bryder sig om, at deres søn eller datter gifter sig med en med andre poli-

tiske synspunkter. I 1960 var det tilsvarende tal omkring 5 pct. (Iyengar o.a., 2012: 417). Dengang var folk først og fremmest bekymrede for, om deres børn ville gifte sig med en person med en anden race – og spørgsmål af denne type blev netop stillet dengang med det formål at undersøge, om amerikanerne havde racefordomme. Politiske skillelinjer har i dagens USA overtaget noget af det konfliktpotentiale, som race før havde.

Vi har endnu ikke undersøgelser, der kan bekræfte eller afvise, om der er en stigende politisk polarisering i Danmark. Men den danske vælgerforskning tyder klart på, at også danske vælgere ser politik som konfliktfyldt (Hansen og Stubager, 2017). Dette er vigtigt, da en række forskningsresultater – både fra Danmark og USA – viser, at oplevelsen af politik som en konflikt forstærker motivationen til politisk motiveret tænkning. På emner, der er præget af politisk konflikt, eller hvis forsøgsdeltagere bliver mindet om politisk konflikt, umiddelbart inden de svarer på et spørgsmål, er de mere tilbøjelige til at engagere sig i politisk motiveret tænkning (Druckman o.a., 2013; Slothuus og De Vreese, 2010).

Borgernes psykologiske tendenser til (1) at knytte stærke affektive bånd til politiske partier og grupper, (2) at opfatte deres gruppe som værende i konflikt med andre grupper, og (3) til at lade disse forhold farve deres opfattelser af selv objektive samfundsforhold giver de første vigtige puslebrikker til at forstå den psykologiske baggrund for falske nyheder. I særdeleshed kan disse brikker forklare, hvorfor folk *tror* på falske nyheder. Men falske nyheders magt opstår ikke blot, fordi folk *tror* på dem. De opstår først og fremmest, fordi folk *deler* dem. Hvad forklarer folks behov for at dele politiske rygter og falske nyheder med andre?

Rygte som mobiliseringsværktøj

Psykologer har primært fokuseret på rygter

som et værktøj til at reducere usikkerhed i mangel af mere sikker information. Men der findes en række analyser, der tyder på, at rygtespredning også kan afspejle, at rygter er »brugbare«, dvs. at de tjener sociale funktioner. I den forbindelse er det vigtigt, at den lave evidens bag et rygte undertiden kan øge dets brugbarhed. For når det er svært at verificere et rygte, betyder det ofte, at det også er svært at falsificere rygten; at det er svært at modgå det. En af mest detaljerede – og mest foruroligende – analyser af dette fænomen findes i litteraturen om etniske massakrer. I en detaljeret syntese af eksisterende forskning identificerer Horowitz (2001) rygter som en afgørende del af optakten til så godt som alle massakrer. Samtidig viser han, at rygterne er forbløffende enslydende på tværs af massakrer og portrætterer ofrene som (1) onde, (2) magtfulde og (3) som værende i sidste fase af planlægningen af et angreb. Horowitz' (2001: 74) forklaring på rygters fremtrædende rolle er dyster:

»Intet rygte, der er udbredt nok til at motivere til kollektiv vold, kan forstås som en tilfældig usandhed eller (...) som en smule misinformation, der får opmærksomhed, fordi de officielle nyhedskanaler ikke har formået at etablere sandheden. Hemmelige trusler og skandaler har en prominent plads i de rygter, der florerer inden massakrer. Fordi det er svært at verificere sådanne handlinger, udgør de det perfekte indhold for sådanne rygter. Men at de er svære at verificere er ikke den eneste måde, hvorpå de motiverer til vold. Rygter er strukturelt indlejret i massakre-situationen, fordi de er tilfredsstillende og brugbare for deltagerne og lederne af massakrer. Forsøg på at modgå dem kan derfor være fejlslagne. Rygter vil sandsynligvis vinde over korrekt information. (...) Rygter vinder, fordi de kræver og organiserer handling« (oversat af forfatter).

Når mennesker står i en konfliktsituation, er spredningen af rygter ifølge Horowitz et værktøj, der bruges med det specifikke formål at mobilisere ens gruppe mod en anden gruppe. Denne anvendelse af rygter kan formentlig ikke blot tilskrives manipulerende ledere. Psykologerne Tooby og Cosmides

(2010) argumenterer således for, at rygtespredning udgør en intuitiv måde for folk at agere på, når de står i en konfliktsituation. Tooby og Cosmides (2010) argument trækker på den såkaldte evolutionspsykologi, som analyserer menneskets psykologi ud fra de udfordringer, som vores forfædre har stået overfor. Ifølge evolutionspsykologien er vores psykologi indrettet, så de løsninger, der har virket over evolutionshistorien, fremstår som de intuitivt rigtige løsninger for os – også i dag (se Petersen, 2015). Således også i forhold til gruppekonflikter.

Gruppekonflikter har altid været en del af den menneskelige tilværelse. Arkæologer argumenterer for, at individer er blevet slået ihjel af våben så langt tilbage som for 430.000 år siden (Sala o.a., 2015); antropologer argumenterer for, at op til 43 pct. af voksendødeligheden blandt visse tidlige menneskegrupper kan tilskrives krig (Bowles, 2009); og primatologer argumenterer for, at chimpansens og menneskets fælles forfader, der levede for 5-6 millioner af år siden, gik i krig, forstået som at de dannede ekspeditioner med det specifikke formål at dræbe individer fra andre grupper (Wrangham og Glowacki, 2012). En central udfordring ved gruppekonflikter er, at de kan betragtes som et samarbejdskapløb. Vores stenalderforfædre levede i en tid, hvor der ikke fandtes droner og anden moderne våbenteknologi, og her var det oftest den største og mest velkoordinerede gruppe, der vandt (Gat, 2008). Befandt man sig i en gruppekonflikt, handlede det altså om at mobilisere sin egen gruppe (Laustsen og Petersen, 2015).

Min kollega Lasse Laustsen og jeg har nøje studeret ét værktøj, som mennesker intuitivt griber til i konfliktsituationer: At følge stærke ledere, som kan sikre, at folk deltager i kampen. Igenem en lang række studier har vi vist, at folks præferencer for stærke, dominerende ledere stiger markant, når de oplever trusler fra andre grupper (men ikke andre typer af trusler såsom naturkatastrofer) (for

en oversigt, se Laustsen og Petersen, 2017). Teoretisk set kan vi tænke på rygter som et andet værktøj. At mennesker, når de befinder sig i konfliktsituationer, ikke er blot motiveret til at tro, at fjenden er ond, men at de har et psykologisk behov for at fortælle det til andre: At sprede rygten. Uanset om det er ved mund til mund-metoden i et stammesamfund eller ved sociale medier i dag.

Hvis vi kombinerer indsigterne fra politologi, psykologi og antropologi, står vi altså med en teori om, at falske nyheder har magt, fordi almindelige borgere er psykologisk motiveret til at sprede mobiliserende rygter om andre politiske grupper. Argumentet er, at vores sind i konfliktsituationer automatisk og naturligt leder efter rygter, som på den ene side er sværere at falsificere og på den anden side sætter modstanderne i det værste tænkelige lys. Dette er de mest brugbare rygter, og ubevidste psykologiske processer sørger for, at vi (1) tror på sådanne rygter, så vi bedre og mere overbevisende kan sprede dem og (2) motiveres til at foretage denne spredning. Det kan forklare, hvorfor mange af de rygter, som fik mest opmærksomhed i eksempelvis den amerikanske valgkamp, netop havde de karakteristika, som også karakteriserer rygter i forbindelse med etniske massakrer: At de portrætterede grupper og personer som både onde og magtfulde – og derfor som nødvendige at mobilisere imod. Pointen med denne sammenstilling er ikke, at fremkomsten af falske nyheder viser, at vi står på randen af krig mellem politiske grupper i vestlige samfund. Pointen – som er foruroligende nok – er i stedet, at forskellen mellem de to fænomener er kvantitativ snarere end kvalitativ: der er med andre ord grunde til at formode, at det er den samme psykologi, som er involveret i processerne op til etniske massakrer og i spredningen af falske nyheder, og at forskellen mellem de to primært handler om graden af had.

Danmark og de falske nyheders magt

Fremkomsten af sociale medier har betydet,

at en ny type nyhed har fået magt: falske nyheder. I modsætning til traditionelle politiske nyheder vinkler falske nyheder ikke blot faktiske begivenheder, men spreder informationer om begivenheder, som ikke har forekommet. Falske nyheder, der spredes igennem sociale medier, adskiller sig også på en afgørende anden måde fra traditionelle nyheder: ved at borgerne agerer villige ofre. Falske nyheders magt hviler på, at de bliver spredt, og de bliver kun spredt, hvis folk selv er motiveret til at gøre det. Derved er eksistensen af falske nyheder på mange måder en psykologisk problemstilling.

Argumentet i denne artikel har været, at vi skal se i retning af de mere dystre sider af menneskets natur, hvis vi skal forstå psykologien bag falske nyheder. Specifikt er der en række paralleller mellem spredningen af falske nyheder og de psykologiske processer, der er involveret, når grupper mobiliserer og gør sig klar til konflikt. Det kunne tyde på, at folk er motiverede til at sprede falske nyheder, fordi de bekymrer sig mindre om, hvorvidt nyheder er sande, og mere om, hvorvidt de kan få andre til at engagere sig i konflikten mod de politiske modstandere.

Fra dette perspektiv er det altså ikke nødvendigvis fejlopfattelser af, hvilke nyheder og rygter der er falske og sande, der er problemet, og når Google og Facebook investerer i dette er det i bedste fald symptombehandling. Det er heller ikke de sociale medier, som er skyld i problemet. De sociale medier fungerer blot som en megafon for motivationer, der automatisk og naturligt opstår i konflikt-situationer. Det egentlige problem er således først og fremmest den politiske polarisering. Det betyder, at de, der i sidste ende har det største ansvar for de falske nyheders udbredelse er politikerne selv. I den udstrækning politikerne formår at sænke konfliktniveauet, er der grund til at tro, at udbredelsen af falske nyheder sænkes tilsvarende.

På den baggrund kan vi også vende blikket mod Danmark: Hvilke tanker kan vi på baggrund af de teoretiske pointer i denne artikel gøre os om de falske nyheders magt i Danmark? Amerikanske medier har haft stor fokus på effekten af de falske nyheder på indenrigske politiske begivenheder, og meningsmålingsinstitutter har kortlagt, hvilke rygter, den almindelige amerikaner tror på (YouGov, 2016). Og analyserne tyder på, at de falske nyheder har betydelig magt. I Danmark har vi endnu ikke tilsvarende empiriske analyser. Men der er en række forskelle mellem Danmark og USA, som betyder, at de falske nyheder formentlig ikke har taget magten i Danmark i samme grad.

For det første tydede resultater fra den oprindelige danske Magtudredning på, at danskerne er mere vidende om politik end amerikanerne (Togeby, 2004). Det klassiske perspektiv på rygter er således, at det er noget, som vi tyr til, når mangler en forståelsesramme. I politik har danskerne i højere grad den forståelsesramme på plads. Men omvendt er der – som fremhævet ovenfor – grunde til mene, at dette klassiske perspektiv ikke er hele sandheden, når det kommer til falske nyheder, og det er derfor ikke givet, at danskernes større viden er et afgørende parameter.

Vigtigere er det formentlig, at det danske medielandskab, for det andet, er betydeligt mindre fragmenteret end det amerikanske. I USA er ens politiske tilhørsforhold afgørende for, hvilke nyhedskanaler man ser, og hvilke, man absolut ikke ser. Fox News er den foretrukne kanal for Republikanere, mens CNN og MSNBC er de foretrukne kanaler for Demokrater (Pew Research Center, 2009). I USA er der ingen samlende kanaler som DR og TV2, men det er der netop i Danmark. På den måde er danskerne udstyret med en række overdommere, der nyder udbredt tillid, og som kan fortælle os alle – uanset partitilhørsforhold – hvad der er sandt og falsk (Schrøder o.a., 2017). Det er afgørende, at politikere og

medieaktører støtter op om disse samlende medieinstitutioner og den tillid, som de har i befolkningen.

I denne sammenhæng er en tredje og sidste forskel mellem Danmark og USA også væsentlig. USA er et voldsomt polariseret samfund, når det kommer til politik (Iyengar o.a., 2012). Der er vi ikke i Danmark. Der er politisk polarisering i Danmark, og en række af de psykologiske effekter omkring motive-ret politisk ræsonnering findes også i Danmark (Slothuus, 2017). Men samtidig er der en langt større tradition for at samarbejde hen over den politiske midte i Danmark, end der er i USA (Togeby o.a., 2003). Det betyder, at de danske politikere endnu ikke har fundet det opportunt at dæmonisere modstanderfløjen i større udstrækning. At de danske politikere fastholder dette lederskab – og modstår fristelserne til dæmonisering, når de dukker op – er vigtigt for, hvorvidt falske nyheder tager mere af magten i Danmark. At undgå dette er afgørende, i den udstrækning, denne artikels teoretiske hovedpointe er valid: at falske nyheder hviler på psykologiske motivationer, der aktiveres af polarisering og får polariseringen til at eskalere. Får de falske nyheder først tag i magten, er det med andre ord uendeligt svært at nedtrappe den politiske polarisering og dermed tage magten tilbage.

Litteratur

- Bisgaard, M. (2015), »Bias will find a way: Economic perceptions, attributions of blame, and partisan-motivated reasoning during crisis«, *The Journal of Politics*, 77(3): 849-60.
- Bowles, S. (2009), »Did warfare among ancestral hunter-gatherers affect the evolution of human social behaviors? *Science*«, 324(5932): 1293-8.
- Chen, X. og C.J. Sin (2013), »'Misinformation? What of it?' Motivations and individual differences in misinformation sharing on social media«, *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 50(1): 1-4.
- DiFonzo, N. og P. Bordia (2007), *Rumor psychology: Social and organizational approaches*, American Psychological Association.
- Druckman, J.N., E. Peterson og R. Slothuus (2013), »How elite partisan polarization affects public opinion formation«, *American Political Science Review*, 107(1): 57-79.
- Gat, A. (2008), *War in human civilization*, Oxford: Oxford University Press.
- Hansen, K.M. og R. Stubager, red. (2017), *Oprør fra udkanten: Folketingsvalget 2015*, København: Djøf Forlaget.
- Horowitz, D.L. (2001), *The deadly ethnic riot*, University of California Press.
- Iyengar, S., G. Sood og Y. Lelkes (2012), »Affect, Not Ideology: A Social Identity Perspective on Polarization«, *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 405-31.
- Jyllands-Posten* (2016), <http://jyllands-posten.dk/international/usa/ECE9204276/falske-nyheder-foerer-til-virkelige-skyderier/>. Tilgået 19. juli 2017.
- Leeper, T.J. og R. Slothuus (2014), »Political parties, motivated reasoning, and public opinion formation«, *Political Psychology*, 35(S1): 129-56.
- Laustsen, L., og M.B. Petersen (2015), »Does a competent leader make a good friend? Conflict, ideology and the psychologies of friendship and followership«, *Evolution and Human Behavior*, 36(4): 286-93.
- Laustsen, L. og M.B. Petersen (2017), »Perceived conflict and leader dominance: Individual and contextual factors behind preferences for dominant leaders«, *Political Psychology*, 38(6): 1083-1101.
- Miller, J.M., K.L. Saunders og C.E. Farhart (2016), »Conspiracy endorsement as motivated reasoning: The moderating roles of political knowledge and trust«, *American Journal of Political Science*, 60(4): 824-44.
- Oxford Dictionary (2016), <https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016>. Tilgået 19. juli, 2017.
- Petersen, M.B. (2015), »Evolutionary political psychology: On the origin and structure of heuristics and biases in politics«, *Political Psychology*, 36(S1): 45-78.
- Petersen, M.B., A. Giessing og J. Nielsen (2015), »Physiological Responses and Partisan Bias: Beyond Self-Reported Measures of Party Identification«, *PloS one*, 10(5): e0126922.
- Petersen, M.B., M. Skov, S. Serritzlew og T. Ramsø (2013), »Motivated reasoning and political parties: Evidence for increased processing in the face of party cues«, *Political Behavior*, 35(4): 831-54.

- Pew Research Center (2009), *Partisanship and Cable News Audiences*. <http://www.pewresearch.org/2009/10/30/partisanship-and-cable-news-audiences/>. Tilgået 16. oktober 2017.
- Pietraszewski, D., O.S. Curry, M.B. Petersen, L. Cosmides og J. Tooby (2015), »Constituents of political cognition: Race, party politics, and the alliance detection system«, *Cognition*, 140, 24-39.
- Polizei Berlin Einsatz (2016), https://twitter.com/polizeiberlin_e/status/810945375863500800?lang=da. Tilgået 19. juli 2017.
- Sala, N., J.L. Arsuaga, A. Pantoja-Pérez, A. Pablos, I. Martínez, R.M. Quam og E. Carbonell (2015), »Lethal interpersonal violence in the Middle Pleistocene«, *PLoS One*, 10(5): e0126589.
- Schrøder, K., M. Blach-Ørsten og R. Burkal (2017), *Danskernes brug af nyhedsmedier 2017*, Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet.
- Slothuus, R. (2017). »Politisk motiveret tænkning«, i K.M. Hansen og R. Stubager, red., *Oprør fra udkanten: Folketingsvalget 2015*, København: Djøf Forlaget, pp. 281-300.
- Slothuus, R. og C.H. de Vreese (2010), »Political parties, motivated reasoning, and issue framing effects«, *The Journal of Politics*, 72(3): 630-45.
- Taber, C.S., M. Lodge og J. Glathar (2001), »The motivated construction of political judgments«, i J. Kuklinski, red., *Citizens and politics: Perspectives from political psychology*, New York: Cambridge University Press, pp. 198-226.
- Togeby, L. (2004), *Man har et standpunkt. Om stabilitet og forandring i befolkningens holdninger*, Aarhus: Aarhus Universitetsforlag.
- Togeby, L., J.G. Andersen, P.M. Christiansen, T.B. Jørgensen og S. Vallgård (2003), *Magt og demokrati i Danmark. Hovedresultater fra Magtudredningen*, Århus: Aarhus Universitetsforlag.
- Tooby, J. og L. Cosmides (2010), »Groups in mind: The coalitional roots of war and morality«, i H. Høgh-Olesen, red., *Human morality and sociality: Evolutionary and comparative perspectives*, New York: Palgrave, pp. 91-234.
- Wrangham, R.W. og L. Glowacki (2012), »Intergroup aggression in chimpanzees and war in nomadic hunter-gatherers«, *Human Nature*, 23(1): 5-29.
- YouGov (2016), <https://today.yougov.com/news/2016/12/27/belief-conspiracies-largely-depends-political-iden/>. Tilgået 19. juli, 2017.
- Zhang, L., T.-Q. Peng, Y.-P. Zhang, X.H. Wang og J.J. Zhu (2014), »Content or context: Which matters more in information processing on microblogging sites«, *Computers in Human Behavior*, 31, 242-49.