



FAGNOTAT:

## **TIKTOK OG DET NORSKE LOKALVALGET I 2023: HVORDAN BRUKTE NORSKE FØRSTEGANGSVELGERE TIKTOK SOM INFORMASJONSKILDE?**

Ragnhild Tvergrov Skare

UTSYN - Senter for sikkerhet og totalforsvar

Oslo, 8. desember 2023

Fagnotatet er skrevet og publisert av UTSYN - senter for sikkerhet og totalforsvar, ved: Ragnhild Tvergrov Skare, i samarbeid med Hedda Langemyr, Ingrid Vik og Marte Aasen.

Utgitt med støtte fra Fritt Ord.

UTSYN - Senter for sikkerhet og totalforsvar

C.J. Hambros Plass 2C

0164 Oslo

Org.nr.: 919672226

[post@prosjektutsyn.no](mailto:post@prosjektutsyn.no)

[www.prosjektutsyn.no](http://www.prosjektutsyn.no)

# **Innholdsfortegnelse**

**4 Hovedfunn**

**6 Metode**

**7 Hva er TikTok?**

**8 Hva vet vi om TikTok sin evne til å påvirke valg?**

**9 TikTok som nyhetskilde**

**11 TikTok og det norske valget i 2023**

**13 TikTok-valget 2025?**

**15 Anbefalinger**

**18 Bibliografi**

Høsten 2023 var det lokalvalg i Norge. 128 000 norske førstegangselgere fikk muligheten til å ta sine første politiske valg ved norske stemmeurner. Sikkerhetsminister i Storbritannia, Tom Tugendhat, advarte i desember 2022 om at TikTok har stort potensial for å påvirke britiske førstegangselgere (Martin, 2022). I Norge oppgir 40 prosent av 16-19 åringer at de bruker TikTok for å holde seg oppdatert på nyheter (Statistisk sentralbyrå, 2023).

**Hvordan fungerer egentlig TikTok som en kanal for informasjon om politikk i Norge? Hvordan brukte førstegangselgere plattformen for å finne informasjon under valget? Hvordan så TikTok ut under valgkampen? Og hvilken påvirkning kan dette ha hatt på unge velgere?**

### Hovedfunn

UTSYN baserer denne rapporten på observasjoner gjennom sommeren og høsten 2023, internasjonal forskning om hvordan TikTok påvirker unge, og kvalitative intervjuer med 21 norske førstegangselgere i etterkant av valget. Rapporten er et utsnitt av noen av de viktigste hovedtrekkene i unges bruk av TikTok som informasjonskilde til politisk innhold. Den er ikke konkluderende, men peker på blindsoner og områder som det må gjøres mer forskning på.

Undersøkelsene viser at TikTok i hovedsak ikke brukes som en seriøs nyhetskilde blant unge. Med mindre man har en spesiell interesse for politikk og nyheter. Samtidig finnes det et viktig unntak. Når det oppstår store nasjonale eller internasjonale hendelser, blir TikTok fylt opp av innhold om det som skjer. Mye legitim informasjon, men også mye desinformasjon og falske narrativer. Fullskala invasjonen av Ukraina i 2022 og krigen mellom Israel og Palestina er eksempler på hendelser som har fått stor spredning på plattformen.

Under valget fikk de aller fleste førstegangselgerne opp politisk innhold. De fleste sa at de hovedsakelig fikk opp innhold fra partier fra høyresiden. Dette stemmer overens med undersøkelser gjort av VG som viste at borgerlig side hadde fem ganger så mange visninger som rødgrønn side på TikTok gjennom valgkampen (Vik & Hvitmyhr, 2023). Selv om noen eksplisitt sier at de ble påvirket av TikTok, tyder mye på at appen ikke var den eneste eller viktigste kilden til informasjon unge forholdt seg til. Familie, venner, tradisjonelle medier og valgmater ble ofte nevnt som viktigere for de unge velgerne.

En siste observasjon er at valget i 2023 ikke var spesielt godt egnet som en TikTok-valgkamp. Innholdet på appen er mer nasjonalt og internasjonalt orientert enn lokalt. Taggen #Valg2021, som ble brukt om innhold fra valgkampen på TikTok, har dobbelt så mange visninger som #Valg2023, selv om appen har flere daglige brukere i 2023. Dette kan indikere at mulighetene for at TikTok påvirker valget i 2025 er større enn den var i 2023. Dermed bør norske politikere, mediehus og sikkerhetsmyndigheter være forberedt på at det kan skje.

**På bakgrunn av dette har UTSYN følgende anbefalinger:**

1. Mediene bør være mer tilstede og publisere korrigerende og opplysende innhold på TikTok under valg.
2. Bevilgningen til organisasjoner som jobber inn mot skolen med kritisk bruk av sosiale medier som informasjonskilde må økes.
3. Bevisstheten om TikTok må økes. Det må lages en strategi rundt TikTok som informasjonskanal i krise og krig. UTSYN anbefaler at norske mediehus som nyter tillit blant unge bør følge med på og publisere korrigerende og informerende innhold i krisetider.
4. Norge bør være en pådriver for internasjonal regulering av algoritmestyrte sosiale medier. Utfordringene knyttet til sosiale medier løses ikke nasjonalt.
5. Videre forskning på feltet bør se på langvarig påvirkning av unge velgere og potensialet TikTok har som en plattform hvor radikaliserings kan foregå.

## Metode

Denne rapporten tar for seg hvordan førstegangsvelgere bruker TikTok som en informasjonskanal for politikk. Den ser spesifikt på hvordan unge bruker appen for å finne politisk informasjon. Videre ser den på bruken av appen blant unge under lokalvalget.

De fleste studiene som har blitt gjort om TikTok ser på hvordan brukere benytter appen generelt og hvilket innhold som finnes der (Montag, et al., 2021). Blant annet har det blitt forsket på hvordan politiske partier bruker TikTok for å kommunisere med velgere i USA (Cervi & Marín-Lladó, 2021) og Spania (Serrano, et al., 2020), hvordan informasjon om Covid-19 ble kommunisert (Basch, et al., 2020); (Li, et al., 2021) og hvordan appen kan brukes som et verktøy for å nå ut til unge med helseinformasjon (Comp, et al., 2020). Det er få studier som har sett på effektene politisk innhold har på brukere og hvordan appen blir brukt som informasjonskanal. Det meste vi vet om de forskjellige utfordringene med TikTok har blitt avdekket av gravejournalistikk. Ingen har så langt forsket på dette i Norge.

De aller fleste studiene som er gjort om TikTok, har brukt kvantitative metoder basert på forskning på andre plattformer (Kanthawala, et al., 2022). TikTok er i mye større grad enn andre sosiale medier avhengig av svært kraftige algoritmer for å gi brukerne personlig innhold. Dette er appens store styrke og gjør at den skiller seg fra konkurrentene. Denne forskjellen gjør også at forskere bør se etter nye metoder for å forske på TikTok. Amnesty International publiserte nylig to rapporter om hvordan TikTok negativt påvirker unges mentale helse ved å promotere innhold om selvskading og depresjon (Amnesty International, 2023a) (Amnesty International, 2023b). Amnesty International brukte en blandet metode med kvantitative data hentet ved hjelp av botter og kvalitative intervjuer med brukere i forskjellige land (Amnesty International, 2023a). Denne metoden viste seg å være effektiv for å avdekke påvirkning av TikTok-brukere.

Denne rapporten tar utgangspunkt i kvalitative undersøkelser for å finne ut av hvordan norske førstegangsvelgere bruker plattformen for å finne politisk informasjon.

Vi har gjort observasjoner gjennom sommeren og høsten 2023. Deretter gjennomførte vi kvalitative gruppeintervjuer med 21 førstegangsvelgere etter lokalvalget. I tillegg har vi brukt internasjonal forskning og gravejournalistikk for å sette funnene i en større kontekst.

En svakhet med dataene er at utvalget av førstegangselgere brukt i intervjuene ikke er helt representative for alle i gruppen. Dette er fordi det var utfordrende å finne nok skoler med forskjellige elevmasser som var villige til å legge til rette for intervjuer.

Rapporten ser nærmere på blindsoner, hvilke områder som krever politisk handling og hvor det er behov for mer grundig forskning.

### **Hva er TikTok?**

Den kinesiske appen TikTok har tatt det vestlige markedet med storm siden den ble lansert i 2017. TikTok er en app som basert på en svært kraftig algoritme skaper en personalisert «feed» for hver bruker basert på vedkommendes interesser. Appen har de siste årene fått et solid fotfeste i ungdomskulturen, både i Norge og i utlandet (Willingham, et al., 2023).

TikToks kraftige algoritme genererer en mer personalisert feed enn noe annet sosialt medium på samme størrelse. Hver bruker får en svært tilpasset “For You Page” (FYP) som fanger opp hva brukeren er opptatt av. Dette har ført til at TikTok har snudd enkelte industrier som appellerer til unge på hodet, nærmest over natten. Eksempelvis gikk sangeren Olivia Rodrigo fra å være et ukjent navn til å bli en verdensstjerne på rekordtid etter suksess på appen. Et annet eksempel er forfatteren Colleen Hoover som har solgt flere bøker enn Bibelen i løpet av 2022 etter at hun gikk viralt på #BookTok (Palmer, 2022). Dette demonstrerer den kraftige evnen TikTok har til å påvirke ungdomskultur.

Samtidig som appen har hatt eksplosiv vekst, har flere eksperter, politikere og kommentatorer uttrykt skepsis til TikTok. Skepsisen er hovedsakelig knyttet til to overordnede utfordringer: Frykt for spionasje og datadeling og frykten for påvirkning fra fremmede aktører. Dette har blitt satt på dagsorden av flere kontroverser.

Ekspertene på datasikkerhet kan ikke utelukke at kinesiske myndigheter har tilgang til brukerdata fra TikTok (Bakke, 2022). Dette er spesielt problematisk i lys av den enorme mengden med data appen samler inn fra brukerne sine (Tallaksrud, 2023). TikTok samler blant annet inn data om operativsystem, tastetrykk-mønstre eller rytmer, fødselsdato, plassering, bevegelsesdata og kontakter (Tallaksrud, 2023). TikTok sier at ansatte i Kina ikke

har tilgang på vestlig persondata (Shepardson, 2023). Samtidig er det godt dokumentert at brukerdata har blitt misbrukt av selskapet. Blant annet brukte selskapet persondata til å spionere på journalister som var i kontakt med personer som jobbet for TikTok (Criddle, 2023). Det har og blitt avdekket at ansatte ved en annen app eid av TikTok sitt moderselskap, Bytedance, har fått instruks fra moderselskapet om å pushe pro-kinesisk innhold til amerikanske brukere (Baker-White, 2022).

I tillegg til problemer knyttet til eierskap og databehandling, har det blitt avdekket at algoritmen til TikTok fort kan genere dype kaninhull for brukerne. NRK gjennomførte i desember 2022 et eksperiment hvor de opprettet en fiktiv bruker basert på 14 år gamle «Samuel» (Bjørke, et al., 2022). Han er opptatt av trening og ønsker seg en slankere og sterkere kropp. Når «Samuel» begynner å «swipe» nedover sin FYP får han først opp vanlige videoer; en gås, litt mat og Sandra Lyng på joggetur. På dag to har hans FYP forandret seg, nå handler halvparten av videoene om muskler og kropp. På dag tre er dette 90 prosent av innholdet han får opp. På kun tre dager havnet «Samuel» på 14 år i et kaninhull der trening, kalorier og menn med store muskler dominerer (Bjørke, et al., 2022). Slike kaninhull kan få alvorlige konsekvenser for unge. Som i «Samuel» sitt tilfelle kan det være økt fare for spiseforstyrrelser.

At TikTok promoterer innhold som har negative konsekvenser for barn og unge er godt dokumentert. Blant annet har to nye rapporter fra Amnesty International dokumentert at TikTok regelmessig eksponerer unge for skadelig innhold. Etter få timer fikk unge med en interesse for mental helse feeden sin fylt opp av innhold om selvskading, depresjon og selvmord (Amnesty International, 2023a; Amnesty International, 2023b).

### **Hva vet vi om TikTok sin evne til å påvirke valg?**

Sikkerhetsminister i Storbritannia, Tom Tugendhat, advarte i desember 2022 om at TikTok har stort potensial for å påvirke britiske førstegangselgere (Martin, 2022). Dette har allerede skjedd flere steder i verden. I flere valg avholdt i 2022 og 2023 var TikTok med på å påvirke resultatet av valget eller hendelser som utspilte seg under valgkampen. Studier har også kartlagt at TikTok har håndtert desinformasjon svært dårlig på plattformen, blant annet i forbindelse med det tyske valget i 2021 (Bösch & Rincks, 2021).



I Latvia får TikTok æren for at to helt nye partier ble valgt inn i parlamentet (Jauns, 2022; Springe, et al., 2023). De to partiene var “Stabilitātei!”, et vaksineskeptisk og pro-russisk parti, og ”Progresīvie”, et sosialdemokratisk liberalt parti med en ung velgerbase. Under valget i Latvia brukte store deler av den strategiske velgermassen, unge og russisktalende, TikTok for å holde seg oppdatert på hva som foregikk i latvisk politikk. Samtidig som appen hadde stor popularitet, hadde den også store mengder pro-russisk innhold. Lastet man ned appen i Latvia med russisk i tillegg til latvisk som språk, var veien kort til mer radikalt innhold som støttet russiske narrativer.

I Finland har en undersøkelse funnet at mer enn halvparten av unge som stemte ved valget våren 2023 ble påvirket av innhold fra TikTok. Av de som stemte på det populistiske partiet Sannfinnene, svarte 62 prosent at TikTok påvirket deres valg av parti (Miltton, 2023). Flere stiller nå spørsmål om Tiktok kan påvirke det kommende presidentvalget i USA i 2024 (Fortson, 2022). 32 prosent av amerikanere mellom 18 og 29 år får regelmessig nyheter fra TikTok (Matsa, 2023) Det florerer allerede store mengder informasjon om amerikansk politikk og samfunn på appen, men det finnes også store mengder desinformasjon. Sommeren 2022 fikk president Biden godkjenning til å utvide The Internal Revenue Service (IRS), et føderalt organ som blant annet er ansvarlig for innkreving av skatter. Etter at beslutningen var tatt, ble det spredt flere videoer på TikTok om at utvidelsen var et skalkeskjul for å ta fra amerikanerne våpnene sine. Flere brukere spredte videoer hvor de truet folk som jobbet i the IRS. Noen av videoene sa blant annet: «you are now targets» rettet mot de ansatte (Fortson, 2022). Innholdet fikk lov til å spre seg langt før TikTok fjernet det.

### **TikTok som nyhetskilde**

Ungdommer er på vei bort fra tradisjonelle medier samtidig som sosiale medier i økende grad blir brukt som en nyhetskilde (Statistisk sentralbyrå, 2023). Ifølge Christina Grahn, direktør for myndighetskontakt og offentlig politikk hos TikTok i Nord-Europa, er en million nordmenn innom TikTok hver dag (Grahn, 2023). 40 prosent av nordmenn mellom 16 og 19 år, altså norske førstegangsvelgerne, oppgir at de bruker TikTok som nyhetskilde (Statistisk sentralbyrå, 2023).

I intervjuene gjort med norske førstegangsvølgere blir det bekreftet at TikTok brukes som informasjonskilde. Informasjon og underholdning oppgis som de to største årsakene til at unge bruker appen. Hovedsakelig er det snakk om «lettere» nyheter, som kjendisgladder, kultur og sport. Dette blir støttet av en britisk studie fra Ofcom. Den viser at selv om 83 prosent av de mellom 16 og 24 år i Storbritannia bruker sosiale medier for å følge med på nyheter, er det kjendisnyheter og «lette» nyheter som dominerer bruken (Ofcom, 2023). 53 prosent av de spurte i den britiske studien sier at de bruker TikTok for å finne kjendisnyheter. Bare 25 prosent bruker plattformen for politiske nyheter (Ofcom, 2023). Nick Newman fra Reuters Institute for the Study of Journalism sier til den britiske avisa The Guardian at han har gjort lignende funn i sin forskning (Milmo, 2022).

Intervjuene viser at det er lite politikk hos en vanlig førstegangsvølgere på en normal dag. De fleste får stort sett opp informasjon om ting de interesserer seg for og noen nyheter om ting som foregår i verden en gang iblant. De fleste får da opp nyheter fra norske mediehus. Samtidig finnes det et viktig unntak. Når store hendelser som kriger eller naturkatastrofer inntreffer, blir feedene fylt av innhold fra disse hendelsene. De unge nevnte spesielt starten på den russiske fullskalainvasjonen av Ukraina i 2022 og krigen i Midtøsten som hendelser som har blitt mye vist på deres feeder.

TikTok har vist seg å være en ideell plattform for å dele informasjon fra krigs- og krisesituasjon. Formatet med korte videoer og enkle verktøy har gjort det enklere å spre informasjon, både legitim og illegitim, i stor skala (Stokel-Walker, 2022). At TikTok fungerer som informasjonsplattform i krise gir både muligheter og utfordringer. På én side gjør appen informasjon lett tilgjengelig for folk som vil orientere seg om hva som skjer. På den andre siden risikerer man at aktører med uærlige hensikter bruker appen for å skape forvirring og forme hva offentligheten tenker om en gitt konflikt eller hendelse. Storskala spredning av desinformasjon eller selektiv presentering av fakta kan være mulige virkemidler. Vi vet fra tidligere forskning at desinformasjon sprer seg mye raskere enn legitim informasjon på sosiale medier (Vosoughi, et al., 2018).

I intervjuene snakket førstegangsvølgere om hvordan krigen mellom Israel og Hamas ser ut på TikTok-feedene deres. De kunne fortelle at i tiden rett etter 7. oktober var feedene fulle av innhold fra bakken på Gaza. Informasjonen kom fra nyhetsmedier, men også fra profiler

som uttrykte at de var på Gaza eller andre som hadde noe å si om konflikten. Dette gjaldt også de som vanligvis ikke hadde mye politisk innhold eller nyheter på sine feeder. Etter 7. oktober er det godt dokumentert at store mengder desinformasjon om situasjonen i Midtøsten har blitt spredd på flere plattformer, inkludert TikTok (AP, 2023).

De fleste hadde gjort seg opp noen tanker rundt mengden av desinformasjon og nødvendigheten av faktasjekking på appen. Samtidig uttrykte flere at innholdet på TikTok ofte var troverdig i deres øyne fordi det kom fra bakken på Gaza eller viste mer grafisk innhold. Flere sa at de faktasjekker inne på appen ved å se i kommentarfeltet, på “sticher” eller videoer om samme tema på TikTok. En del synes også at innholdet på TikTok ofte kunne være mer troverdig enn det som kom fra etablerte mediehus. Dette kan være problematisk i lys av mengden desinformasjon som finnes på TikTok. Knyttet til konflikten fikk ungdommene hovedsakelig opp pro-palestinsk innhold eller innhold fra norske mediehus<sup>1</sup>.

### **TikTok og det norske valget i 2023**

Den 5. september ble det klart: Høyresiden var den desiderte vinneren av skolevalget 2023. Spesielt fremtredende var resultatet til Fremskrittspartiet (Frp). De dobler oppslutningen siden sist skolevalg og ble skolevalgets nest største parti etter Høyre (Wichstad & Borgmo, 2023). I kjølvannet er det flere som lurere på om TikTok kan være noe av forklaringen.

Mye tyder på at det ikke er veldig vanlig å aktivt oppsøke politikk på TikTok. Istedenfor finner innholdet brukerne. De fleste ser bare det politiske innholdet algoritmene plukker ut for dem. De fleste vi intervjuet sa at de så mye politisk innhold gjennom valgkampen, selv de som vanligvis ikke fikk opp politikk. Plattformen hadde politisk innhold fra partiene selv, fra lokalpolitikere og andre tilknyttet partiene, og vanlige brukere som deltok i den offentlige debatten. Den mest brukte taggen, #Valg2023, hadde hele 11,8 millioner visninger. Andre tagger som #Kommunevalg2023 og #Valgkampen2023 hadde 386 000 og 415 000 visninger.

---

<sup>1</sup> Siden UTSYN ikke har hatt kapasitet til å hente inn kvantitative data, kan vi ikke verifisere at inntrykket de unge har fra sine feeder stemmer med det faktiske innholdet på appen.

Under valgkampen var det mest innhold fra høyresiden som preget TikTok. En undersøkelse gjort av VG viser at det er massiv forskjell på hvor mange visninger hvert parti har fått på TikTok i perioden 1. juni til 7. september 2023. Høyre fikk i perioden 4,7 millioner visninger, mens FrP fikk 1,9 millioner. Høyre og FrP fikk mer enn fem ganger så mange visninger som alle de andre partiene klarte å få til sammen (Vik & Hvitmyhr, 2023). VGs undersøkelse tok bare med kontoene til moderpartiet, partileder, ungdomsparti og ungdomspartileder.

Dermed er andre kontoer med mye spredning, som ungdomspartiens lokallag eller andre lokal- og ungdomspolitikere, ikke med i denne oversikten. For eksempel har Innlandet Frp på TikTok flere videoer med mellom 50 000 og 100 000 visninger. Den mest sette videoen har over 500 000 visninger. Videoer fra denne brukeren ble nevnt i intervjuer med elever fra blant annet Ålesund kommune, langt unna lokalvalget i Innlandet.

En del av forklaringen på hvorfor høyresiden gjør det bedre enn venstresiden på TikTok er kvantitet. Etter de mange kontroversene rundt appen ble det i vår kalt inn til et felles møte for alle partiene på Stortinget. På agendaen sto TikTok sin rolle i valgkampen. Venstre og Arbeiderpartiet ønsket at partiene skulle bli enige om å ikke bruke TikTok i valgkampen (Søndeland, 2023). Partiene ble ikke enige. Venstre, Arbeiderpartiet, Senterpartiet, Kristelig Folkeparti og Rødt var ikke offisielt på TikTok. Det var fortsatt noe politisk innhold fra disse partiene på appen, men laget av brukere som ikke nødvendigvis var direkte tilknyttet moderpartiet. Det var også flere vanlige brukere som delte politisk innhold fra disse partiene. Frp og Høyre var veldig synlige. SV og MDG hadde offisielle kontoer, men med begrenset rekkevidde. Dermed hadde høyresiden totalt sett større tilstedeværelse på plattformen.

En annen viktig forklaring på hvorfor høyresiden slo venstresiden er kvaliteten på innholdet. Det blir nevnt av førstegangsvelgerne at innholdet fra høyresiden både var bedre produsert og hadde mer saklig innhold. Karisma, saklighet og produksjonskvalitet ble nevnt som viktige årsaker til at høyresiden gjorde det bedre.

Førstegangsvelgerne nevnte spesielt at FpU var flinke til å ta opp saker på en god måte som belyste hva partiet sto for. FpU-leder Simen Velle har fått en tilnærmet kjendisstatus på appen. I hvert intervju nevnes han som en person førstegangsvelgeren så mye av i valgkampen.

Mye tyder på at TikTok ikke var den eneste eller aller viktigste kilden til informasjon unge forholdt seg til når de skulle gjøre et valg. Selv om TikTok blir nevnt som en kilde til informasjon, blir blant annet familie, venner, tradisjonelle medier og valgmater nevnt som viktigere for de unge velgerne. Enkelte nevnte at de så mer mot høyresiden fordi de hadde den beste, og ofte eneste, informasjonen på TikTok. Selv om noen eksplisitt sier at TikTok påvirket valget deres, er det lite som tyder på at flertallet bestemte hva de skulle stemme basert på TikTok.

På samme tid kan TikTok ha hatt en del viktige funksjoner for de unge velgerne. Blant annet sørger appen for at velgerne regelmessig og hyppig blir presentert for politisk innhold, hovedsakelig fra én side av politikken. Dette kan ha påvirkning som de unge ikke selv er klar over. Appen blir også nevnt som et sted hvor man ikke nødvendigvis finner ut hva man skal mene, men heller ofte hva man skal mene noe om. Dermed kan den ha vært med på å sette dagsordenen i vennegjenger og skolegårder etter at politiske saker eller politikere har kommet opp i feeden.

### **TikTok-valget 2025?**

En annen viktig observasjon er at valget i 2023 ikke var spesielt godt egnet for TikTok. Appen hadde lite lokalt innhold under valgkampen som var relevant for førstegangselgernes hjemsted. Dermed sa flere av ungdommene UTSYN snakket med at innholdet hadde begrenset påvirkning på hva de stemte. Samtidig var det flere som refererte til innhold de så ved sist valgkamp i 2021 som viktigere for deres politiske oppfatninger enn det innholdet de så i 2023. Nasjonale valg er mer «passende» for en TikTok valgkamp fordi plattformen i utgangspunktet har mer nasjonalt og internasjonalt innhold. Denne oppfatningen blir bekreftet etter søk på plattformen. Taggen #Valg2021 har hele 22,7 millioner visninger, mens #Valg2023 har 11,8 millioner visninger. Dermed hadde innhold knyttet til Stortingsvalget i 2021 dobbelt så mange visninger på et tidspunkt hvor den daglige bruken av plattformen i aldersgruppen 16-19 år var ti prosent lavere enn i 2023 (IPSOS, 2023).

Derfor er det god grunn til å tro at TikTok vil bli viktig under neste stortingsvalg. Før høsten 2025 bør partiene ha felles retningslinjer for hvordan appen kan brukes under valgkampen. I lys av de store brukertallene er det problematisk at noen partier blir veldig synlige mens andre knapt er til stede basert på sikkerhetshensyn. Det er naturlig at noen partier presterer

bedre enn andre på enkelte plattformer, dermed er det ikke snakk om å ha en felles strategi. Heller må partiene utforme felles retningslinjer for hvordan appen kan brukes av politikerne basert på en felles sikkerhetsforståelse.

TikTok er en plattform hvor det uansett vil finnes politisk innhold, selv om norske medier og politikere er til stede eller ikke. Vanlige brukere, med eller uten partitilknytning, lager innhold om små og store saker som skaper debatt. Dette kan være klipp fra debatter mellom partiene, utsagn fra politikere eller videoer laget av helt vanlige brukere. Dermed vil det ikke være mulig å stoppe TikTok fra å være en plattform med informasjon og politisk innhold, selv om alle politikerne er borte fra plattformen.

## **Anbefalinger:**

### **Mediene bør være mer tilstede på TikTok under valg**

TikTok er en etablert plattform for variert informasjonsdeling. Førstegangsvelgerne som til vanlig ikke fikk opp politisk innhold på sine feeder, fikk servert innhold om norsk politikk i valgkamperperioden. Nær alle førstegangsvelgerne nevnte et eller flere norske mediehus som viktige kilder til troverdig informasjon på appen. Selv de brukerne som fikk opp lite politisk innhold til vanlig, fikk opp de norske mediehusene innimellom. Spesielt inn mot valgkampen bør mediehusene som allerede har en tilstedeværelse på TikTok, som VG, Dagbladet, TV2 og NRK, publisere mer innhold som presenterer de politiske standpunktene til partiene. Dette vil være med på å bedre informasjonsgrunnlaget til unge velgere og veie opp mot innhold som kommer fra uverifiserte vanlige brukere. Dette vil og være viktige tiltak som kan sørge for at flere politiske standpunkter er representert på saklig vis i appen.

### **Øke bevilgningen til organisasjoner som jobber preventivt for å styrke motstandskraft mot desinformasjon og påvirkning**

Skolen har en sentral rolle for å styrke motstandskraft og kritisk bruk av sosiale medier som en informasjonskilde. Per nå har lærere ofte begrenset kunnskap eller kapasitet til å kunne dekke disse problemstillingene på en god måte. UTSYN anbefaler at aktører som jobber preventivt inn mot skolen får økt støtte slik at de kan utvikle dagsaktuelle ressurser som kan brukes av lærere landet over. Dette er spesielt viktig rundt valg og når det oppstår store internasjonale eller nasjonale kriser som får stor spredning i sosiale medier. En slik aktør kan være Tenk, skoleavdelingen til Faktisk.no eller Medietilsynet. De har allerede kompetanse og erfaring med å lage gode undervisningsprogram til skolen om temaer som desinformasjon, kildekritikk og påvirkning.

### **Skap bevissthet og strategi rundt TikTok som en informasjonskanal i krise og krig**

TikTok sin rolle som informasjonsplattform i krig og krise er noe vi må ta på alvor. Både i starten av krigen i Ukraina og på Gaza har appen hatt store mengder desinformasjon som de ikke har klart å håndtere. I starten av kriser oppstår det fort forvirring og redsel. TikTok er med på å nøre opp under slike følelser og kan skape større polarisering i samfunnet. Dette er ikke unikt for TikTok, også andre plattformer som X og Instagram er med på å spre desinformasjon og frykt. Det som er annerledes med TikTok er den veldige kraftige

algoritmen, den unge brukermassen og evnen den har til å forme virkelighetsoppfatninger blant unge brukere.

UTSYN anbefaler at norske mediehus som nyter tillit blant unge bør følge med og publisere korrigerende og informerende innhold i krisetider. NRK som statskanal bør ha en spesielt viktig rolle i dette. Relevante tiltak vil være å gjenopprette NRK Supernytt sin TikTok-konto. Den hadde stor rekkevidde og popularitet blant målgruppen og kan være en viktig kanal for å nå ut når kriser oppstår. Et annet tiltak kan være å opprette et privat-offentlig samarbeid med relevante aktører som driver med monitorering av trender og innhold på sosiale medier. De kan gi beskjed når hendelser trender på appen og store mengder desinformasjon spres. På bakgrunn av den informasjonen kan eksempelvis NRK Supernytt eller andre aktører med tillit gå ut med korrigerende informasjon. Forskning har vist at såkalte «debunking»-videoer, en video som svarer på en annen video med desinformasjon og forklarer hvorfor innholdet er misvisende, har stor effekt på om brukeren tror på desinformasjon eller ikke (Bhargava, et al., 2023).

### **Norge bør være pådriver for internasjonal regulering av sosiale medier**

TikTok har en enorm mulighet til å påvirke brukerne. Samtidig er det knyttet store problemer rundt spredning av desinformasjon og generering av skadelige kaninhull på TikTok. Vi i Norge kan gjøre vårt for å styrke motstandskraft og robusthet, men de største endringene ligger hos selskapet selv. Algoritmestyrte sosiale medier generelt skaper nye problemstillinger som utfordrer demokratiet i flere land. Norge bør være en internasjonal pådriver for regulering av plattformene og for å skape retningslinjer for algoritmestyrte anbefalinger i sosiale medier gjennom eksempelvis FN-systemet eller å jobbe opp mot selskapene direkte.

Potensielle tiltak som kan innføres av plattformene i krisesituasjoner er å kraftig dempe spredningen av innhold fra uverifiserte brukere. Så lenge plattformene ikke kan kontrollere spredningen av falskt innhold, bør hensynet til samfunnsikkerheten veie tyngre enn brukertall og inntjening. Plattformene bør også begrense mulighetene for at kaninhull der man får servert ensidig og forsterkende innhold oppstår blant brukerne sine. Dette er viktig for politisk innhold, men også for innhold som blant annet promoterer selvskading, depresjon eller radikaliserings.



**Anbefalinger til videre forskning**

Vi vet ikke nok om TikToks påvirkning av det norske samfunnet. Denne undersøkelsen har vist at det finnes et potensial vi enda ikke helt har oversikt over for at TikTok kan påvirke norske ungdommers virkelighetsoppfatning. Videre forskning bør gå dypere inn i denne tematikken ved å blant annet se på hvordan plattformen blir brukt opp mot valget i 2025. Påvirkning skjer ikke bare i dagene og ukene opp mot et valg, det er en langsiktig prosess som endrer verdensbildet over tid. Derfor trenger vi langsiktig forskning som ser på politisk innhold på TikTok.

Et annet tema som bør utforskes er TikTok sin evne til å fungere som en plattform hvor radikaliserings kan foregå. Et tema som kom opp i flere av intervjuene var at TikTok har store mengder religiøst innhold som bare enkelte brukere med religiøse interesser får opp. Ifølge førstegangsvælgerne var mye av innholdet radikalt og tydelig desinformasjon. TikTok har stor evne til å skape dype kaninhull for brukerne sine, potensielt også religiøse. Dette er et tema for videre forskning.

## Bibliografi

Amnesty International, 2023a. Driven into darkness: How TikTok's "for you" feed encourages self-harm and suicide ideation, London: Amnesty International.

Amnesty International, 2023b. "I feel exposed": Caught in TikToks's surveillance web, London: Amnesty International.

AP, 2023. Misinformation about the Israel-Hamas war is flooding social media. Here are the facts. [Online]

Available at: <https://apnews.com/article/israel-hamas-gaza-misinformation-fact-check-e58f9ab8696309305c3ea2bfb269258e>

Baker-White, E., 2022. TikTok Owner ByteDance Used A News App On Millions Of Phones To Push Pro-China Messages, Ex-Employees Say. [Online]

Available at: <https://www.buzzfeednews.com/article/emilybakerwhite/tiktok-bytedance-topbuzz-pro-china-content>

Bakke, S., 2022. Statsråder på TikTok er en sikkerhetsutfordring. [Online]

Available at: <https://www.vg.no/nyheter/meninger/i/ve65vj/statsraader-paa-tiktok-er-en-sikkerhetsutfordring>

Basch, C. H., Hillyer, G. C. & Jamie, C., 2020. COVID-19 on TikTok: harnessing an emerging social media platform to convey important public health messages. International Journal of Adolescent Medicine and Health, august, pp. 362-369.

Bhargava, P. et al., 2023. How effective are TikTok misinformation debunking videos?. Harvard Kennedy School Misinformation Review, vol 4, issue 2, Mars, pp. 1-17.

Bjørke, C. N., Bøe, H. & Utti, C., 2022. TikToks nuskelkraft. [Online]

Available at: <https://www.nrk.no/vestfoldogtelemark/tiktoks-algoritmer-drar-barn-inn-i-en-verden-av-ekstrem-trening-og-vektnedgang-1.16183933>

Bösch, M. & Rincks, R., 2021. Broken Promises: TikTok and the German Elections, s.l.:

Mozilla Foundation.

Cervi, L. & Marín-Lladó, C., 2021. What are political parties doing on. *Profesional de la información*, v. 30, n. 4, pp. 1-17.

Comp, G., Dyer, S. & Gottlieb, M., 2020. Is TikTok The Next Social Media Frontier for Medicine?. *Society for Academic Emergency Medicine*, pp. 1-4.

Criddle, C., 2023. *TikTok spied on me. Why?*. [Online]

Available at: <https://www.ft.com/content/0c0f9670-2e3a-4af8-bcd5-85e314f6ac5e>

Fortson, D., 2022. *US fears over its first TikTok election*. [Online]

Available at: <https://www.thetimes.co.uk/article/us-braced-tiktok-election-joe-biden-v5dw89qs7>

Grahn, C., 2023. *Døm oss med utgangspunkt i fakta*. [Online]

Available at: [https://www.nrk.no/ytring/dom-oss-med-utgangspunkt-i-fakta\\_-1.16612214](https://www.nrk.no/ytring/dom-oss-med-utgangspunkt-i-fakta_-1.16612214)

IPSOS, 2023. *Ipsos SoMe-tracker Q1'23*. [Online]

Available at: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q123>

IPSOS, 2023. *TikTok sin vekst blant barn og ungdom (8-19 år) har stoppet opp*. [Online]

Available at: <https://www.ipsos.com/nb-no/tiktok-sin-vekst-blant-barn-og-ungdom-8-19-ar-har-stoppet-opp>

Jauns, 2022. *No "tvitervaldības" uz ""TikTok" opozīciju"? Ieskats Saeimas deputātu sociālajos tīklos*. [Online]

Available at: <https://jauns.lv/raksts/zinas/534619-no-tvitervaldibas-uz-tiktok-opoziciju-ieskats-saeimas-deputatu-socialajos-tiklos>

Kanthawala, S., Cotter, K., Foyle, K. & DeCook, J. R., 2022. *It's the Methodology For Me: A Systematic Review of Early Approaches to*. Hawaii, Proceedings of the 55th Hawaii International Conference on System Sciences.

Li, Y., Guan, M., Hammond, P. & Berrey, L. E., 2021. Communicating COVID-19 information on TikTok: a content analysis of TikTok videos from official accounts featured in the COVID-19 information hub. *Health Education Research*, Volume 36, Issue 3, juni, pp. 261-271.

Martin, D., 2022. Chinese-controlled TikTok 'could influence voters' at next election. [Online]

Available at: <https://www.telegraph.co.uk/politics/2022/12/13/chinese-controlled-tiktok-could-influence-voters-next-election/>

Matsa, K. E., 2023. More Americans are getting news on TikTok, bucking the trend seen on most other social media sites. [Online]

Available at: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2023/11/15/more-americans-are-getting-news-on-tiktok-bucking-the-trend-seen-on-most-other-social-media-sites/>

Mazzini, M., 2023. How Konfederacja Became Poland's Kingmaker. [Online]

Available at: <https://foreignpolicy.com/2023/10/12/how-konfederacja-became-polands-kingmaker/>

Milmo, D., 2022. TikTok is fastest growing news source for UK adults, Ofcom finds. [Online]

Available at: <https://www.theguardian.com/technology/2022/jul/21/tiktok-is-fastest-growing-news-source-for-uk-adults-ofcom-finds>

Miltton, 2023. Tuore tutkimus vahvistaa: TikTokilla vaikutus suomalaisnuorten äänestämiseen, perussuomalaiset ylivoimaisia. [Online]

Available at: <https://miltton.com/fi/tiktokilla-vaikutus-suomalaisnuorten-aanestamiseen>

Montag, C., Yang, H. & Elhai, J. D., 2021. On the Psychology of TikTok use: A First Glimpse from Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, mars, pp. 1-6.

Ofcom, 2023. News consumption in the UK: 2023, London: Ofcom.

Palmer, A. W., 2022. <https://www.nytimes.com/2022/12/20/magazine/tiktok-us-china-diplomacy.html?searchResultPosition=7>. [Online]

Available at: <https://www.nytimes.com/2022/12/20/magazine/tiktok-us-china-diplomacy.html?searchResultPosition=7>

Serrano, J. C. M., Papakyriakopoulos, O. & Hegelich, S., 2020. Dancing to the Partisan Beat: A First Analysis of Political. WebSci '20: Proceedings of the 12th ACM Conference on Web Science, juli, pp. 257-266.

Shepardson, D., 2023. TikTok CEO: App has never shared US data with Chinese government. [Online]

Available at: <https://www.reuters.com/technology/tiktok-ceo-app-has-never-shared-us-data-with-chinese-goverment-2023-03-22/>

Springe, I., Meidute, A. & Malts, K., 2023. Is TikTok a gateway to politics in the Baltics? For now only in Latvia. [Online]

Available at: <https://en.rebaltica.lv/2023/02/is-tiktok-a-gateway-to-politics-in-the-baltics-for-now-only-in-latvia/>

Statistisk sentralbyrå, 2023. Norsk mediebarometer. [Online]

Available at: <https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/tids-og-mediebruk/statistikk/norsk-mediebarometer/artikler/fire-av-ti-16-19-aringer-finner-nyheter-pa-tiktok>

Stokel-Walker, C., 2022. TikTok Was Designed for War. [Online]

Available at: <https://www.wired.co.uk/article/ukraine-russia-war-tiktok>

Søndeland, G., 2023. Partier vurderer å kaste Tiktok ut av valgkampen. [Online]

Available at: <https://www.aftenbladet.no/innenriks/i/onVkxm/partier-vurderer-aa-kaste-tiktok-ut-av-valgkampen>

Tallaksrud, S., 2023. Tiktok sporer finger-bevegelsene dine: – Innsamlingen er den mest omfattende jeg har sett. [Online]

Available at: <https://www.tekna.no/magasinet/dette-gir-du-TikTok-tilgang-til/>

Vik, I. & Hvitmyhr, B. L., 2023. Se forskjellen: Knuser alle på TikTok. [Online]  
Available at: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/nQ715m/se-forskjellen-knuser-alle-paa-tiktok>

Vosoughi, S., Roy, D. & Aral, S., 2018. The spread of true and false news online. *Science*, 9 Mars, pp. 1146-1151.

Wichstad, E. & Borgmo, J. S., 2023. Høyre klart størst i skolevalget – kjempesnell for Arbeiderpartiet. [Online]  
Available at: <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/2BeJWB/hoeyre-klart-stoerst-i-skolevalget-kjempesnell-for-arbeiderpartiet>

Willingham, A. J., Asmelash, L. & Andrew, S., 2023. The biggest ways TikTok has changed American culture. [Online]  
Available at: <https://edition.cnn.com/2023/04/02/us/tiktok-american-culture-effects-cec/index.html>