

Anne Charlotte Fernmo Nygård

# Falske nyheter: Nye utfordringer for nyhetsprodusenter og -konsumenter i det norske medielandskapet

En oppgave om falske nyheter,  
faktasjekkjenester og kritisk medieforståelse

Bacheloroppgave i Medievitenskap

Veileder: Aurora Hoel

Mai 2021



Anne Charlotte Fernmo Nygård

# **Falske nyheter: Nye utfordringer for nyhetsprodusenter og -konsumenter i det norske medielandskapet**

En oppgave om falske nyheter, faktasjekkjenester og kritisk medieforståelse

Bacheloroppgave i Medievitenskap  
Veileder: Aurora Hoel  
Mai 2021

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Det humanistiske fakultet  
Institutt for kunst- og medievitenskap



Kunnskap for en bedre verden



# Innholdsfortegnelse

<b>Sammendrag .....</b>	<b>2</b>
<b>1. Introduksjon.....</b>	<b>3</b>
1.1 Problemstillinger.....	3
1.2 Teori og metode .....	3
1.3 Avgrensning.....	4
<b>2. Teoretisk rammeverk.....</b>	<b>4</b>
2.1 Hva er falske nyheter? .....	4
2.2 Journalistiske utfordringer.....	6
<b>3. Metode.....</b>	<b>6</b>
3.1 Casestudie.....	6
3.2 Kvalitativt intervju .....	7
<b>4. Casestudie: Faktisk.no .....</b>	<b>8</b>
4.1 Behov for faktasjekkjenester .....	8
4.2 Faktisk.no.....	8
4.3 "Vaktbikkje"-rollen.....	9
<b>5. Intervjuresultater.....</b>	<b>11</b>
5.1 Grunnleggende kunnskaper.....	11
5.2 Individuelt mediebruk .....	12
5.3 Kildekritikk .....	12
5.4 Quiz.....	13
<b>6. Diskusjon.....</b>	<b>13</b>
<b>7. Konklusjon.....</b>	<b>14</b>
<b>8. Litteraturliste .....</b>	<b>16</b>
<b>9. Vedlegg .....</b>	<b>18</b>
Vedlegg 1 .....	18
Vedlegg 1.1.....	18
Vedlegg 2 .....	18

## Sammendrag

Det hevdes at vi lever i et postfaktuelt samfunn der skillet mellom pålitelige og falske nyhetskilder er blitt mer uklart. Falske nyheter har gjort seg relevant i norske nyhetsmedier, der sensasjon og drama settes ofte før logikk, objektivitet og saklighet. Det stiller store utfordringer til den journalistiske praksisen, etablerte og alternative medieredaksjoner og nyhetskonsumenter. Denne oppgaven foreslår en tilnærming til det komplekse "fake news"-fenomenet gjennom en casestudie av faktasjekktjenesten Faktisk.no og kvalitative intervju. Den undersøker hvordan falske nyheter påvirker norsk journalistikk og hvilket ansvar som hviler på alle som produserer og deler digitale nyheter. Oppgaven finner at faktasjekktjenester, nyhetsprodusenter og publikum har et felles ansvar om å rendyrke nyhetsjournalistikken. Derfor er nyhetskonsumentens mediekompetanse, digitale kompetanse og kritiske medieforståelse viktig for å opprettholde troverdig og demokratisk meningsutveksling.

# 1. Introduksjon

I dag lever vi i et samfunn der digital teknologi har lagt til rette for at informasjon, sosial kontakt og samfunnsdeltakelse kan samles på ett felles sted - på internett. Der massemedia på den ene siden har et stort potensial for folkeopplysning gjennom lærerik og saklig informasjon, er det også en risiko på den andre siden for at mediene misbrukes for å spre villedende informasjon og falske nyheter. Falske nyheter (*fake news*) blir ofte snakket om i amerikansk nyhetssammenheng, gjerne med referanse til Donald Trump og hans anklagelser av Hillary Clinton og hennes administrasjon. I tillegg var det mye snakk om falske nyheter i forbindelse med Facebook-Cambridge Analytica skandalen under presidentvalget i 2016. Når det er sagt har falske nyheter vist seg å nærmest være en epidemi som sprer seg på tvers av landegrensene ved hjelp av digital teknologi. I Norge har falske nyheter stilt store utfordringer til både nyhetsprodusenter og nyhetskonsumenter, samt til hele den journalistiske nyhetsproduksjonen. Falske nyheter har mange forkledninger og kan ofte være vanskelig å avsløre, spesielt når det spres videre av nyhetskilder vi vanligvis oppfatter som pålitelige og kritiske. Ved at informasjon nå produseres, konsumeres og deles i digitale rom, har det bidratt til å endre hvordan vi leser og forholder oss til nyheter. På mange måter vet vi at falske nyheter, kjendissladder, memes og desinformasjon er del av det digitale samfunnet, men ofte trengs det spesielle kognitive verktøy for aktivt å motarbeide disse. På lik linje som mediene påvirker oss, har vi også makten til å forme nyhetsmediene gjennom måten vi bruker, tilpasser og motstår informasjon på (Lindgren, 2017, s. 4). Nyhetsprodusenter, faktasjekkjenester og publikum er alle ansvarlige for å stoppe falske nyheter fra å gjennomsyre det digitale nyhetsrommet. I den forbindelse har mediekompetanse, digital kompetanse og kritisk medieforståelse vist seg særlig relevant i forsøket på å opprettholde et så demokratisk, saklig og troverdig nyhetsmedia som mulig.

## 1.1 Problemstillinger

Denne oppgaven skal forsøke å legge til rette for en grunnleggende forståelse av falske nyheter som et dynamisk og utfordrende fenomen, og undersøke hvordan det påvirker ulike aktører i det norske nyhetsbildet. I sin helhet skal oppgaven diskutere følgende problemstilling: På hvilke måter har falske nyheter skapt utfordringer for nyhetsprodusenter og nyhetskonsumenter i norsk medielandskap? Hovedproblemstillingen skal besvares gjennom at oppgaven diskuterer tre mer konkrete problemstillinger; (1) hva er falske nyheter og hva gjør det med journalistikken, (2) hvordan kan Faktisk.no anses som et motsvar på falske nyheter i norsk mediesammenheng, og (3) hvordan nærmer nyhetskonsumenter seg kildekritikk ved nyhetslesing på nett? Oppgavens diskusjon vil koble de tre problemstillingene sammen for å besvare hovedproblemstillingen.

## 1.2 Teori og metode

Oppgaven vil støtte seg på aktuell teori omkring temaene falske nyheter, faktasjekkjenester og kildekritikk, som vil presenteres nærmere i det teoretiske rammeverket. Oppgaven har brukt to metoder i sin diskusjon av falske nyheter. Den første metoden er en casestudie som har hatt som formål å utforske hvorfor er det et behov for faktasjekkjenester, hvordan Faktisk.no arbeider, og på hvilke måter "vaktbikkje"-rollen utøves overfor både etablerte og alternative nyhetsmedier. Den andre metoden er kvalitativt intervju, som ble gjennomført med en intensjon om å supplere oppgaven med et konsumentperspektiv på falske nyheter. Intervjuet tar utgangspunkt i NTNU studenter og gir

svar på hvordan falske nyheter påvirker kildene de bruker, hvordan de leser og tolker nyheter, og i hvilken grad utøver de kildekritikk.

### 1.3 Avgrensning

Denne oppgaven avgrenses til å omhandle falske nyheter og faktasjekkjenester i Norge. Casestudien er en utdypende undersøkelse av Faktisk.no, og sammenligner ikke faktasjekkjenesten med andre lignende organisasjoner. I tillegg begrenser studien seg til å gi eksempler på falske nyheter i etablerte og alternative medier, helt spesifikt NRK og Resett. Oppgaven diskuterer derfor ikke "fake news"-fenomenet i sosiale medier.

## 2. Teoretisk rammeverk

### 2.1 Hva er falske nyheter?

I løpet av de siste årene har det oppstått flere diskusjoner rundt hva falske nyheter er og på hvilke måter det påvirker den journalistiske praksisen. Fordi falske nyheter i sin natur er ekstremt flytende, dynamisk og foranderlig, er det vanskelig å sette en klar definisjon på begrepet (Fox, 2020, s. 174). Likevel er det gjort noen forsøk på å forklare hvordan begrepet dekker mange ulike fenomener. Falske nyheter omfatter blant annet hvordan saker produseres og distribueres av propagandaaviser i Russland med mål om politiske vinninger; hvordan Breitbart publiserer partiske artikler som pakker sannheten inn i falske kontekster for å provosere lesere; andre fenomener som konspirasjoner, "clickbait", misledende sladder og i noen tilfeller brukes det om nasjonale nyhetsorganisasjoner (Zimdars, 2020, s. 2). I norsk sammenheng har Faktisk.no og Medietilsynet kommet opp med en forenklet definisjon: "Falske nyheter eller desinformasjon er informasjon noen velger å gi deg, selv om det vet den ikke stemmer. Hensikten kan være å utbre visse holdninger eller rett og slett tjene penger" (Tenk, u.å.). Falske nyheter strekker seg over alt fra underholdende satire og harmløs sladder til informasjon med hatsk og ødeleggende bakgrunn, og kan brukes om informasjon som spres både intensjonelt og ubevisst.

Diskursen om falske nyheter skiller gjerne mellom feilinformasjon (*misinformation*) og desinformasjon (*desinformation*). Disse er nært forbundet, men presenterer likevel ulike nyanser av begrepet. Feilinformasjon brukes om ufullstendig informasjon, som kan anses å være usikker, vag eller tvetydig, mens desinformasjon beskriver intensjonell spredning av falsk informasjon (Cook, 2018, s. 6). Det vil si at falske nyheter ikke alltid beskriver intensjonell spredning av feilinformasjon eller villende fakta, men det rommer også de tilfellene der feilaktig informasjon har blitt delt ubevisst og uten særlige baktanker. Både feilinformasjon og desinformasjon faller innunder det som kalles informasjonsforstyrrelser (*information disorder*), som på ulike måter forsøker å feilinformere eller villedde leseren (Wardle, 2020, s. 71). Det er spesielt syv kategorier av informasjonsforstyrrelser: satire og parodi, falske sammenhenger, misledende innhold, falsk kontekst, innholdsbedrageri, innholdsmanipulasjon og innholdsfabrikking (Wardle, 2020, s. 73-77). Informasjonsforstyrrelser står sentralt i dag, og viser til de mange ulike forkledningene falske nyheter kan ha.

I senere tid har falske nyheter fått stor oppmerksomhet, særlig i forbindelse med Trump. Mange lever i troen om at falske nyheter ikke eksisterte før Trump inntok Twitter-scenen under presidentvalget i 2016. Slik er det altså ikke. Falske nyheter står spesielt sentralt i vår tid – i en globalisert, modernisert og digitalisert verden. Fenomenet er likevel ikke *nytt*, men det har dukket opp i nye og flere varianter og sammenhenger enn tidligere.



For å forstå de komplekse, sosiale utfordringene som forårsakes av falske nyheter og komme opp med langsiktige løsninger, må vi sette fenomenet i historisk perspektiv (Fox, 2020, s. 187). Ofte trekkes det paralleller mellom falske nyheter og propaganda, som opp igjennom tidene har vært et viktig maktmiddel. Propaganda hadde blant annet en særlig rolle under første og andre verdenskrig, og ble stemplet som et "weapon of the first order" av Adolf Hitler (Fox, 2020, s. 174). Både propaganda og falske nyheter bygger på sensasjonalisme. Sensasjon skaper ofte stort engasjement, interesse og etterspørsel som fører til mersalg. Sensasjonalisme er derfor avgjørende for nyhetenes levetid og ringvirkningene de kan ha. Sensasjonalisme, overdrivelse og bløffing har vært brukt rutinemessige i journalistisk praksis i flere generasjoner for å selge aviser (Bishop et al., 2021, s. 111). Sensasjonelle, skandaløse nyheter blir fort fortært og delt av lesere som ønsker å bli fascinert og overrasket, og gjør det vanskeligere å skille det som er viktig fra det som er oppsiktsvekkende.

Falske nyheter er derfor ikke nytt, men det ser ut til å være særlig utbredt i dag. Det hevdes at vi befinner oss i et såkalt "postfaktuelt samfunn". Dette har blitt definert som "an era in which audiences are increasingly likely to believe information that appeals to their emotions and their personal beliefs, as opposed to seeking and accepting information that is regarded as factual and objective" (Cooke, 2018, s. 2). Bruk av sensasjon og dramaturgi i informasjonsformidlingen øker sjansene for at publikum lar seg forføre av retoriske virkemidler, og de risikerer å bli delaktige i spredningen av falske nyheter ved å sette oppsiktsvekkende innhold over logikk, objektivitet og saklighet. I dag går flere innflytelsesrike aktører intensjonelt inn for å unngå sannheten og fordømme ekspertise (Fox, 2020, s. 186), som gjør at det hviler et spesielt stort ansvar på nyhetskonsumenten om kritisk medieforståelse. Sistnevnte defineres som "ferdigheter og kunnskap som folk trenger for å ta gode informerte valg om medieinnhold som de konsumerer, lager eller deler" (Medietilsynet, u.å.a.). I dag er nyhetskonsumenter avhengig av å kunne dra nytte av digital informasjon, mens de på samme tid minimerer risikoen for at informasjonen er av lav eller ingen kvalitet. Mediekompetanse (*media literacy*) er et av de kognitive verktøyene som kan hjelpe publikum mot kritisk nyhetslesing. Begrepet har en todelt definisjon i den grad det både beskriver håndtering av teknologiske verktøy og kunnskap om medienes meningsskapende sammensetninger og representasjoner (Tyner i Røkenes, 2018, s. 190). Disse ferdighetene gjør det enklere for publikum å navigere seg i digitale nettverk, og gjør dem i bedre stand til å forstå hvordan underliggende, psykologiske prosesser påvirker vurderingen av nyheters informasjonskvalitet.

Å oppdage og motstå falske nyheter er av flere årsaker utfordrende for nyhetskonsumenter. I det postfaktuelle samfunnet er ikke nyhetskonsumenten alltid offer for falske nyheter, men er i flere tilfeller selv ansvarlig for å søke ut og tro på tvilsom informasjon. Når falske nyheter samsvarer med våre allerede etablerte tanker, meninger og verdier (*confirmation biases*), øker sannsynligheten for at vi tror på dem (Bowman & Cohen, 2020, s. 224). Det betyr at vi har lettere for å "spise" informasjon vi allerede enes om, i motsetning til informasjon som utfordrer våre personlige perspektiver. Å kunne gjøre seg bevisst på hvordan personlige preferanser og interesser sammen med algoritmenes overvåking forstyrrer informasjonsflyten, inngår i hva det vil si å ha kritisk medieforståelse. Informasjonsflyten reguleres i tråd med klikk og annen digital aktivitet, og forårsaker at mediebrukere kan havne i såkalte ekkokammer. Kort fortalt er et ekkokammer en slags filterboble som lar oss hører det vi vil høre, og som formidler informasjon som kan bekrefte våre forutbestemte tanker og meninger (Fox, 2020, s. 182). Ved hjelp av mediekompetanse går nyhetskonsumenter et steg i riktig retning for å kunne erkjenne hvilken innvirkning subjektive tilnærminger og følelser har på hvilke nyheter vi opplever som virkelighetsnære og troverdige.

## 2.2 Journalistiske utfordringer

Hvordan har det seg at falske nyheter sirkulerer så lett i samfunnet? Mye av svaret ligger nettopp i at samfunnet har blitt digitalisert. Digital teknologi har skapt et komplekst økosystem som på mange måter legger til rette for spredningen av falske nyheter. Vi lever i et *e-samfunn* der store mengder informasjon og tjenester flyttes over i digitale nettverk, og som tilbyr muligheter og ressurser for å kunne delta i samfunnet som digitale medborgere (Lindgren, 2017, s. 147). Denne formen for digital samfunnsdeltakelse bidrar til å skape en delingskultur. Delingskulturen utgjør en viktig del i det som kalles en *sosial mediearkitektur* eller det Jürgen Habermas kaller "the public sphere" (Lindgren, 2017, s. 150). Det forklarer hvordan den digitale verden har smeltet sammen den private og den offentlige sfæren slik at det ikke lenger er forutbestemt hver som "snakker" og "lytter" i offentlige diskusjoner. Det har en demokratiserende effekt ved at "alle" kan bidra i meningsutvekslingen og bruke anledningen til "å ta ordet" gjennom å produsere eget og dele andres innhold. Det kan forstås som at informasjonen blir mer og mer brukergenerert ved at publikum nå kan være både produsent og konsument (*prosumer*). Sammensmeltningen av profesjonelle og private aktører i e-samfunnet har bidratt til å viske ut grensene mellom brukerskap, journalistisk og kommersielt innhold (Haugseth, 2018, s. 213). Det gjør det spesielt utfordrende å skille objektive og pålitelige kilder fra de som er sterkt påvirket av sosiale eller personlige markører. Når falske nyheter oppleves som journalistiske i sin natur, gjerne ved å etterligne profesjonelle journalistiske skrivemåter og formater, blir det spesielt utfordrende å differensiere mellom objektive og informative nyhetskilder og de som utelukkende søker oppmerksomhet eller personlig vinning.

Vi befinner oss i en tid der kommunikasjonens hastighet, omfang og skala har skapt informasjonsoverflod, som øker sjansen for at enkeltsaker drukner i havet av tilgjengelig informasjon. Det har skapt stor konkurranse blant nyhetsprodusentene, hvor alle ønsker å møte konsumentenes forventning om "ferske" nyheter og vinne deres oppmerksomhet. Følgelig kan det virke som at førsteretten på informasjon, enten den er sann eller falsk, er viktigere enn dens kredibilitet. Det konkurransefylte miljøet trekker journalistene mot det som kalles "iterative journalism". Det beskriver måten journalister i dag ofte tyr til mer utradisjonelle informasjonskilder, og rapporterer på det de "har hørt" og ikke nødvendigvis informasjon de selv har undersøkt eller oppsøkt (Cooke, 2018, s. 12). På lik linje med journalistenes ansvar innenfor nyhetsproduksjonen, er også nyhetskonsumentene ansvarlige for å overveie hva de deler videre. Rollen som digital medborger følger med et ytringsansvar, som innebærer å være åpen for at gyldigheten ved både egne og andres meninger testes (Fauskevåg, 2018, s. 138-139). Det skal sørge for at faktisk, sann informasjon er i forgrunnen til enhver tid, uavhengig av personlige preferanser. Som følger av den sosiale mediearkitekturen har skillet mellom produsent og distributør blitt visket ut, og nyhetskonsumenten er med på å bestemme hvilke saker som prioriteres i nyhetsbildet. Det betyr altså at nyhetsredaksjoner og journalister ikke lenger er alene om å bestemme hvilke nyheter som gis oppmerksomhet.

## 3. Metode

### 3.1 Casestudie

Denne oppgaven gjør bruk av en casestudie for å utforske hvordan faktasjekkjenester fungerer som et viktig hjelpemiddel i det postfaktuelle samfunnet, og hvordan "vaktbikkje"-rollen kan forhindre at etablerte og alternative nyhetsmedier blir talerør for falske nyheter.

En casestudie kan defineres som "an intensive study of a single unit for the purpose of understanding a larges class of (similar) units" (Gerring, 2004, s. 342). En av metodens styrker er nettopp denne dobbeltfunksjonen; én isolert enhet kan foreslå noen generelle slutninger gjeldende for en større gruppe enheter. En casestudie forklares som mest hensiktsmessig når studien verdsetter dybdeinnsikt over breddeforståelse, og når forskningen har som formål å være mer utforskende enn konfirmerende (Gerring, 2004, s. 352). Casestudier er derfor ikke like relevante for studier som ønsker å bekrefte eller avkrefte hypoteser. Casestudien har heller sin styrke i kunne bidra til utviklingen av hypoteser og teorier, og resultatene kan forstås som del av en større kontekst (Dahlum et al., 2020).

Casestudien søker å etablere dybdeinnsikt i faktasjekk-tjenesten Faktisk.no for å kunne gi noen detaljerte beskrivelser av faktasjekk-tjenestens formål og arbeid, samt utforske organisasjonens samfunnsrolle. Faktisk.no er en viktig faktasjekk-tjeneste innenfor norsk medielandskap, og kan sies å være laget av og for norske media. Organisasjonen ble valgt på bakgrunn av dens vide omfang av faktasjekker på tvers av etablerte og alternative nyhetsmedier. Nettsiden deres gir oversikt over tilfeller der norske mediehus har brutt etiske retningslinjer som er pålagt norsk presse, og holder norske mediehus og andre nyhetskilder ansvarlige for at informasjonen de deler med nyhetskonsumentene er faktabasert. I motsetning til Medietilsynet, som arbeider for å opprettholde den statlige mediepolitikken, jobber Faktisk.no på et mer innsnevret område med fokus på å overvåke de enkelte nyhetsmediene. I den forstand kan faktasjekk-tjenesten tolkes som et Norges viktigste motsvar på falske nyheter.

### 3.2 Kvalitativt intervju

Kvalitativ metode skiller seg fra kvantitativ metode. Forskere som bruker kvalitative forskningsmetoder er mer opptatt av å tilegne seg dybdekunnskap om hendelser, meninger og vurderinger for å kunne forstå hvorfor studieobjektene handler som de gjør, heller enn å skulle tallfeste informasjon og data (Andersen, 2019). Kvalitativ forskningsmetode gjør seg best egnet da oppgaven forsøker å få innsikt i konsumentens holdninger og vurderinger i møte med norske nyhetsmedier, og spesielt i forhold til falske nyheter og kildekritikk. Som del av intervjuet ble informantene testet i sin evne til å identifisere falske nyheter gjennom en ferdiglaget quiz av Medietilsynet. Quizen består av fem spørsmål, og har som formål å lære bort hvordan å oppdage og stoppe spredningen av falske nyheter (Medietilsynet, u.å.b.). For at quizen skulle gi mer informasjon enn kvantitativ data om hvorvidt informantene svarte riktig eller galt, ble de bedt om å reflektere over hvert spørsmål og begrunne hvorfor de valgte de svaralternativene de gjorde.

Målgruppen for det kvalitative studiet var unge voksne, og valget falt på universitetsstudenter ved NTNU. Alle informantene har derfor aktiv studentstatus ved NTNU i løpet av tiden da intervjuene ble gjennomført. Informantgruppen bestod av totalt åtte deltagere, fire gutter og fire jenter, med ulike studieprogram. På den måten ble intervjudata samlet på tvers av kjønn og utdanningsløp. Informantene er og forblir anonyme gjennom hele intervjuprosessen og i etterarbeidet, og det ble derfor ikke nødvendig å søke om godkjenning fra Norsk senter for forskningsdata (NSD)<sup>1</sup>. Informantene ble i stedet tildelt bokstavkoder, som for eksempel "Informant A".

De kvalitative intervjuene ble gjennomført som fysiske, semi-strukturerte intervju. Intervjuene hadde forhåndsbestemte spørsmål, men åpnet opp for at respondentene kunne lede samtalen på bakgrunn av disse. Intervjueren stod i tillegg fritt til å stille oppfølgingsspørsmål. Selve intervjuet bestod av to hoveddeler. Den første delen hadde en

---

<sup>1</sup> Dette har blitt avklart etter samtale med veileder og NSD.

”spørsmål og svar”-struktur, mens den siste delen var quizen. ”Spørsmål og svar”-delen var delt opp i tre hovedkategorier med underspørsmål til hver del, og den ferdiglagde quizen bestod av fem spørsmål. Se ellers vedlagt intervjuguide (Vedlegg B).

Likt som ved casestudien, har kritikere satt spørsmålstegn ved kvalitative intervju som metode og dens validitet og reliabilitet utenfor intervjusituasjonen. Den norske forfatteren Eivind Grip Fjær samler kritikken innunder to hovedpunkter: (1) folk gjør ikke det de sier de gjør og (2) folk vet ikke hvorfor de gjør det de gjør (Fjær, 2018, s. 28-29). Kort oppsummert påpeker kritikere at det derfor finnes liten garanti for at svarene reflekterer sannheten (Fjær, 2018, s. 29). Intervjusvarenes validitet og reliabilitet styrkes ved at intervjuguiden ble designet for å unngå viktige fallgruver. Spørsmålene unngår ladede ord og uttrykk, ledende spørsmål og lukkede spørsmål for å forsikre at svarene kun reflekterer informantens tanker og meninger, og for å unngå at intervjuguiden spør etter for lite informasjon.

## 4. Casestudie: Faktisk.no

### 4.1 Behov for faktasjekkjenester

”Fake news”-fenomenet og faktasjekkjenester har et viktig likhetstrekk; ingen av dem er nye. Det finnes flere historiske eksempler på strategier og metoder for hvordan samfunnet har forsøkt å regulere informasjonsflyten og minske mengden propaganda og falske nyheter. Tanken om at befolkningen trengte hjelp fra eksterne ressurser i møte med ny informasjon eksisterte allerede på 1920-tallet. Flere progressive tenkere foreslo at en elite med eksperter skulle forsyne offentligheten med rikelig kunnskap og forsvare demokratiet gjennom intensjonell og smart manipulasjon (Fox, 2020, s. 175). Propaganda, falske nyheter og desinformasjon har vært og forblir en samfunnsutfordring og det er fortsatt behov for etablerte systemer som kan overvåke og regulere informasjonsflyten. Dagens faktasjekkjenester kan forstås som et slags ekko av datidens metoder. I dag jobber flere organisasjoner sammen for å gjøre kritisk medieforståelse til en integrert del av hverdagen. Det skjer blant annet gjennom at kunnskap om propaganda, falske nyheter og desinformasjon innføres som del av skolens læreplaner og ved at pålitelige faktasjekkjenester gjøres til allmenneie. Kunnskap er på mange måter fortsatt nøkkelen til hvordan å identifisere falske nyheter, spesielt da de jevnlig dukker opp i ny forkledning. Vi trenger faktasjekkjenester for å kunne identifisere når nyhetskilder er ute etter politiske, økonomiske eller sosiale vinnings, og i situasjoner der formålet er å skape opptøyer.

### 4.2 Faktisk.no

Faktisk.no er på mange måter å se som Norges motsvar til spredningen av falske nyheter. Organisasjonen er et samarbeidsprosjekt mellom flere av de største norske mediehusene, inkludert VG, Dagbladet, NRK og TV2. Dagbladet og VG ga Faktisk.no det første finansielle startskuddet, og faktasjekkjenesten ble ferdigutviklet og offisielt lansert 5. juli 2017 (Faktisk.no, u.å.b). De beskriver seg selv som ”en ideell organisasjon og uavhengig redaksjon for faktasjekk av samfunnsdebatten og det offentlig ordskiftet i Norge” (Faktisk.no, u.å.b), og jobber på tvers av etablerte, alternative og sosiale medier. I en verden der tweets og Facebook-innlegg anses som nyheter, befinner nyhetskonsumenter seg i et innviklet nettverk av sanne fakta og oppdiktete historier. Faktisk.no skal assistere publikum i å skille mellom faktualitet og falskhet, samtidig som å opprettholde deres høye tillitsnivå til nyhetsmediene. Organisasjonens overordnede arbeidsoppgave er ”å bidra til en åpen, inkluderende og faktabasert offentlig samtale. Ved å gjennomgå grunnlaget til aktuelle

påstander som påvirker vår oppfatning av virkeligheten, jobber vi for et faktabasert ordskifte og en konstruktiv samfunnsdebatt" (Faktisk.no, u.å.b). I tillegg til å være en støttespiller for nyhetskonsumentene, bidrar organisasjonen med å forsikre at journalistene har et kritisk øye til eget kildebruk. Det er, med andre ord, en organisasjon som forsikrer at alle ledd i den journalistiske praksisen foregår på bakgrunn av pålitelige og objektive fakta, helt fra journalistenes kildeinnsamling til nyheten publiseres og konsumeres av publikum.

Organisasjonens arbeid skal til enhver tid stemme overens med vedtekter Faktasjekkplakaten og Vær Varsom-plakaten, og har i tillegg stort fokus på å holde arbeidsmetoden transparent for leserne. Organisasjonen ser på faktasjekk som "en egen journalistisk sjanger innenfor undersøkende journalistikk" som "rendyrker kildekrikken, og er konkluderende i formen" (Faktisk.no, u.å.a). Faktisk.no presiserer at det kun er faktapåstander som blir faktasjekket og at utvalget er basert på tradisjonelle nyhetskriterier. To bemerkningsverdige aspekter ved Faktisk.no sin faktasjekkmetode er hvordan de (1) klassifiserer hver faktasjekk som "ferskvare" basert på de faktaopplysningene som er tilgjengelig på det aktuelle tidspunktet, og (2) at de åpner opp dialog med originalkildene (Faktisk.no, u.å.a). Dialogen mellom organisasjonen og nyhetsprodusentene åpner opp for at begge parter kan kommentere på hverandres arbeid, som reflekterer organisasjonens ønske om å ha en åpen og saklig samfunnsdebatt.

Som følger av at falske nyheter er et flytende og ubestemt fenomen, er det ikke alltid like lett å fastslå om en faktapåstand som helt sann eller helt usann. Faktapåstander må i tillegg alltid må ses ut ifra sin kontekst. Derfor har Faktisk.no utarbeidet en metode som skal gjøre det mulig å komme frem til en konklusjon selv når påstandene beveger seg på en skala mellom helt sann eller helt usann. Påstandene vurderes som en av følgende konklusjoner: "Faktisk helt sant", "Faktisk delvis sant", "Faktisk ikke sikkert", "Faktisk delvis feil" eller "Faktisk helt feil". Denne arbeidsstrukturen tar i betraktning hvordan ulike informasjonsforstyrrelser kan forekomme samtidig, men også som enkeltstående tilfeller. Det vil si at misvisende innhold og falske kontekster ikke alltid forekommer samtidig, men sann fakta kan settes i villedende kontekster og omvendt. Strukturen understreker også at noen faktapåstander ikke er mulig å etterprøve. Det er altså ikke alltid man finner et entydig svar, da nyhetssaker kan befinne seg i en slags gråsoner mellom "Faktisk helt sann" eller "Faktisk helt feil".

### 4.3 "Vaktbikkje"-rollen

Faktisk.no og deres arbeid er et praktisk eksempel på en "portvakt" (*gatekeeper*), eller det som betyr å ha en "vaktbikkje"-rolle. Portvakter arbeider for å holde medieredaksjonene ansvarlige for nyhetsproduksjonen deres og sikre sakenes sannhetsgaranti, som er verdifullt for både nyhetsprodusenten og publikum. De kan sies å ha et tredelt mål: å informere offentligheten, påvirke politiske operatører og utheve journalistenes ansvar om å holde politikere og andre nyhetskilder ansvarlige (Amazeen, 2013, s. 1-2). Portvakter inngår på mange måter et slags løfte med både nyhetsprodusentene og publikum; arbeidet bidrar til å sikre nyhetsmedienes og ekspertenes integritet og kredibilitet som opprettholder deres gode omdømme, samtidig som det ligger en slags forventning om at publikum skal beskyttes fra falske nyheter. Det er snakk om beskyttelse i den grad faktasjekk-tjenester jobber for å informere befolkningen til å kunne ta kloke avgjørelser i møte med ny informasjon. Av det tredelte målet kan arbeidet for å øke publikums kunnskap og forståelse anses som det viktigste delmålet (Amazeen, 2013, s. 5). Portvakter befinner seg i en innflytelsesrik posisjon der de har mulighet til å påvirke den journalistiske praksisen fra innsiden. Det kan være gjennom å oppfordre nyhetsmedia til å erkjenne og etterfølge sitt ansvar om kildekritikk,

eller ved å inspirere fremtredende talspersoner til å ta kritisk stilling til informasjonen de deler med sin følgerbase.

Som tidligere nevnt utøver Faktisk.no sin "vaktbikkje"-rolle på tvers av etablerte, alternative og sosiale medier. Kort fortalt kan etablerte medier, også kalt "mainstream media", forstås som tradisjonelle massemedia. Det er eksempelvis store mediehus som NRK og Aftenposten. På den andre siden fungerer alternative medier som en slags motsats til etablerte medier. I ordet "alternativ" ligger det allerede en antydning til at disse mediene skiller seg fra etablerte mediehus. Alternative medier har blitt definert som "media devoted to providing representations of issues and events which oppose those offered in the mainstream media and to advocating social and political reform" (Haas, 2004, s. 115). I norsk nyhetsmedia er Resett.no, Steigan.no og Document.no eksempler på alternative nyhetsmedier. Begge typene av nyhetsmedier påvirkes av den iterative journalistikken og kan sies å være på vei mot en ny tilnærming til kildeinnsamling. Tradisjonelt sett bruker nyhetsmedia er kombinasjon av strukturert og ustrukturert teknikker for å samle inn informasjon. Det betyr at nyhetsprodusenter både skaffer seg innsikt om en sak gjennom typiske pressestrategier, som konferanser og intervjuer, og gjennom mer ustrukturerte metoder som telefonhenvendelser og bakgrunnssjekker (Kruikemeier & Lecheler, 2016, s. 159). Med utgangspunkt i økningen av digitale løsninger, er det ikke utenkelig at journalister i dag prioriterer ustrukturert, nettbasert kildeinnsamling.

Nye metoder for kildeinnsamling bringer også nye utfordringer. E-samfunnet gjør ny informasjon lett tilgjengelig og gir fortgang til selve kildeinnsamlingsprosessen. Derfor blir gjerne ustrukturerte metoder mer attraktive ved å være tidsbesparende for journalistene, og det kan virke som at nettbasert kildeinnsamling har tatt over for "offline" metoder som pressekonferanser og intervjuer (Kruikemeier & Lecheler, 2016, s. 160). Problemet er som nevnt at mye av informasjonen på nett og sosiale medier er misvisende, spekulativ eller rett og slett falsk. Det er blant annet et resultat av at den sosiale mediearkitekturen nærmest har fjernet "portene"; alle med tilgang på et tastatur kan publisere og dele informasjon uten at det stilles noe krav om pålitelighet, saklighet eller sannhet (Amazeen, 2013, s. 19). Derfor er kildekritikk ekstremt avgjørende ved ustrukturert kildeinnsamling, for å unngå at mediehusene rapporterer om nyheter på bakgrunn av nettsladder. Faktisk.no sin "vaktbikkje"-rollen har vært særlig relevant i den forbindelse. Natt til 5. mars 2020 publiserte Resett en artikkel som hevdet at en 80 år gammel mann hadde blitt det første norske offeret av koronaviruset i Wuhan. Nyhetssaken ble raskt avvist i en faktasjekk fra Faktisk.no, som avslørte at informasjonen var blitt innhentet fra en falsk Facebook-profil (Dahlback et al., 2020). Også det velkjente, etablerte mediehuset NRK ble nylig anklaget for å ha spredt falsk informasjon omkring smittestatistikk under en debatt med programleder Fredrik Solvang. Faktisk.no gikk raskt ut mot NRK og ba de rette opp i det faktum at de anslo smitteprosenten feil med hundre prosent (Akerbæk et al., 2021). Dette viser til hvor viktig portvaktene er for å stoppe spredningen av unødig frykt og bekymring, at befolkningen gis rikelig men korrekt informasjon og for å holde norske nyhetsredaksjoner ansvarlig for hvor de henter informasjon fra og hvordan de verifiserer den.

I dagens postfaktuelle samfunn er det også diskusjon rundt hvorvidt faktasjekkjenester kan ha innvirkning på hele det journalistiske økosystemet. Mange hevder at vi er på vei mot en journalistisk faktasjekkmodell som er mer egnet for e-samfunnet, og som står i kontrast til den tidligere tradisjonelle "he-said/she-said" journalistikken (Amazeen, 2013, s. 19). I den tradisjonelle journalistikken kunne redaktørene ofte være sin egen portvakt. Informasjonen kom gjerne i form av nøyaktig sitatgjengivelser, og nyhetsredaksjonene kunne påse at informasjonen ble nøye undersøkt før den ble publisert og konsumert av leserne (Amazeen, 2013, s. 19). I dagens digitaliserte og postfaktuelle samfunn er informasjonsoverfloden så stor at redaktørene ikke har kapasitet, eller i det hele

tatt mulighet, til å ha oversikt over mengden faktapåstander i nyhetsbildet. I den forbindelse har journalister og fremtredende nyhetsredaksjoner i større grad åpnet øynene for faktasjekking, hvor både NRK og Resett er blant de norske nyhetsredaksjonene som kaster lys på det viktige arbeidet faktasjekktjenestene gjør. Eksempelvis henter både etablerte og alternative nyhetsmedier inn Faktisk.no sine egne artikler inn i egen nyhetsdekning. 10 mars 2021 publiserte faktasjekktjenesten en egen artikkel med overskriften "Resolusjon fra Europarådet stanser ikke vaksinepass", som tok et oppgjør med rykter som sirkulerte på sosiale medier i forbindelse med koronapandemien. Både NRK og Resett var tidlig ute med å publisere artikkelen på sine egne nettsider, hvor begge krediterte informasjonen tilbake til faktasjekktjenesten. I de fleste tilfellene der mediehusene har blitt anklaget for spredningen av falske nyheter har også redaktører eller andre talspersoner nevnt faktasjekktjenestens arbeid i de offentlige beklagelsene. Etter Resett ble "tatt" i å spre falske nyheter omkring koronadødsfallet i Wuhan gikk redaktøren for Resett ut med følgende uttalelse: "Som følge av spørsmål fra Faktisk.no har vi ettergått saken nærmere. Vi ser at det ikke er tilstrekkelig grunnlag for å slå fast at meldingen om dødsfallet var autentisk og at artikkelen ikke burde ha blitt publisert uten et bedre faktagrunnlag" (Akerhaug, 2020).

At faktasjekktjeneste sitt arbeid blir sitert og referert til av fremtredende nyhetsredaksjoner er det tydeligste fysiske beviset på at arbeidet deres har betydning og effekt utad (Graves, 2013, s. 265). Likevel er det ikke alle som sier seg enige i at faktasjekktjenesten utøver sin "vaktbikkje"-rolle på nøytrale premisser og i samsvar med Vær Varsom-plakaten og eget mandat. Det har blant annet vært spekulasjoner rundt hvorvidt Faktisk.no forblir upartiske under sitt arbeid, og organisasjonen har mottatt klager om vinklinger og fortolkninger som gjør det uklart om de likevel har egne agendaer (Thorbjørnsrud, 2020). Noe av grunnen til dette kan være å finne i selve den journalistiske faktasjekkmодellen som etterstrebes i dag. I motsetning til den tradisjonelle journalistikken som forsøker å unngå alle former for argumentasjon for å forbli nøytrale, oppfordrer faktasjekkmодellen reportere og journalister til å være kritiske overfor kilder og informasjon de innhenter (Amazeen, 2013, s. 20). Det kan likevel virke som at denne oppfordringen retter seg mer mot journalistenes tolkning kilders pålitelighet, uten å nødvendigvis skulle kommentere eller påvirke hvilke nyhetssaker som fortjener mer synlighet i nyhetsmedia.

## 5. Intervjuresultater

### 5.1 Grunnleggende kunnskaper

Intervjusvarene fra Kategori 1 om grunnleggende kunnskaper viste at over halvparten av informantene forbinder falske nyheter med Donald Trump, det amerikanske presidentvalget i 2016 og "clickbait". Halvparten av informantene utdyper dette videre i en diskusjon rundt hvordan falske nyheter ofte produseres og deles av mediehusene for økonomiske vinninger. I tillegg til nevner også seks av de åtte informantene andre måter nyhetsmedier bevisst misbruker informasjon. Det kan være for å ytre subjektive meninger, fremme et særlig synspunkt eller for å skulle påvirke og trekke publikum i en bestemt retning. Kort sagt deler alle informantene oppfattelsen at falske nyheter produseres og deles med en baktanke og et mål om egen vinning.

Videre viser intervjuene at alle informantene har et mer tillitsfullt forhold til etablerte medier enn til alternative medier. De kjennetegner etablerte medier som store mediehus med et høyt antall lesere og bred nyhetsdekning, og som har stort fokus på presseetikk, objektivitet og dagsaktualitet. De mest besøkte etablerte mediene blant informantene er VG,

NRK, Aftenposten, Dagbladet og NRK. Jevnt over syntes alle informantene det var utfordrende å gi en klar definisjon på hva et alternativt nyhetsmedium er. Intervjuene avslørte at syv av åtte informanter ikke bruker og har lite kunnskap om både Faktisk.no og Medietilsynet, der fem av dem sier at de aldri har besøkt Faktisk.no sin nettside. Likevel var alle i stand til å tenke seg fram til noen av organisasjonenes funksjoner i norsk medielandskap. Siste spørsmål i Kategori 1 avdekket at informantene har god og bred forståelse av begrepet "kritisk medieforståelse". Alt i alt forklarer informantene at det handler om hvordan nyhetskonsumenter er i stand til å beholde et kritisk øye til det de ser og leser; å forholde seg objektiv i møte med nyheter; å dobbeltsjekke informasjon med flere kilder; å ha kjennskap til at noe eller noen ofte motiverer nyhetenes innfallsvinkler; å være bevisst bedriftsaspektet i den grad mediehus bruker sensasjonalisme for å øke salg; å ikke ta overskrifter for "god fisk" og vite at de ikke er en refleksjon av sakens helhet; og å ha kunnskap om hvordan subtile, retoriske virkemidler kan påvirke leserne.

## 5.2 Individuelt mediebruk

Under Kategori 2 fortalte alle informantene at egen nyhetskonsumering har økt som følger av digitaliseringen. Å sjekke nyhetsapper på telefonen har blitt en integrert del av den daglige rutinen til mange av informantene. Tre av dem forteller at de har skrudd på pushvarsler for å hele tiden få nyhetsoppdateringer, som spesielt gjelder for VG sin app. På tvers av alle informantene uttrykkes det et generelt behov for å holde seg oppdatert på hva som skjer i Norge og resten av verden. Spesielt under koronapandemien har nyhetsoppdateringer gjort seg særlig relevant, og alle informantene har noen utvalgte nyhetskilder de har størst tillit til. De gjengående nasjonale mediene som oftest brukes av informantene for nyheter om pandemien er NRK, VG, TV2, Aftenposten og Folkehelseinstituttet. Flere av informantene bruker i tillegg lokalaviser som Adresseavisen og Nidaros for informasjon som er særlig relevant for Trondheim.

## 5.3 Kildekritikk

I løpet av intervjuene kom det frem at flere informanter ikke var kjent med begrepene "redaksjonelt" og "kommersielt" innhold. Til tross for ukjent terminologi hadde informantene kompetanse nok til å beskrive noen kjennetegn ved de to. Sammenlagt fra alle informantene ble redaksjonelt innhold beskrevet som dagsaktuelle nyhetssaker som setter informasjon over sensasjon, og som har den generelle befolkningen som målgruppe. Kommersielt innhold, på den andre siden, ble gjenkjent som reklamer og annonser som har kjøpt og betalt sin spalteplass, som bruker bilder, farger og enkeltspråk for å generere klikk, og som ønsker å appellere til enkeltindivider. I tillegg kjennetegnes kommersielt innhold av et stort fokus på salg av produkter eller tjenester. I tillegg avklarte intervjuene at informantene hadde god kunnskap til hvordan algoritmer har stor betydning for informasjonen de ser, spesielt angående kommersielt innhold. Informantene nevner flere av algoritmenes negative konsekvensene for informasjonsflyten. Det forklares blant annet hvordan ekkokamre bidrar til polarisering, og at nyhetskonsumenten fort kan få et tunnelsyn på hva de anser å være sant og virkelighetsnært. Likevel trekker seks av åtte informanter frem noen positive aspekter ved algoritmer, og understreker at det kan tilgjengeliggjøre mer og spennende informasjon innenfor personlige interesseområder.

Intervjusvarene viser til at alle informantene utøver kildekritikk ved å sjekke nyheter og informasjon på tvers av ulike kilder. Det dominerer en tanke om at "flertallet vinner", hvor informantene forklarer at det er større sannsynlighet for at de tror en nyhetssak dersom den dekkes av flere kjente nyhetsredaksjoner. Intervjusvarene taler for generelt stor tillit til norsk



nyhetsmedia blant informantene, spesielt overfor NRK som trekkes frem som statlig eid kringkaster. Aftenposten er også nevnt som en særlig troverdig kilde. Informantene opplever at det er kultur for sanne fakta i norsk nyhetsmedia, og at redaksjonene selv eller ved hjelp av faktasjekkjenester retter opp falske nyheter og desinformasjon raskt. Flere av informantene knytter dette til mediehusenes ønske om å opprettholde sitt rykte som troverdige og kildekritiske nyhetskilder. Til slutt avslørte intervjuene at det kun er én av de åtte informantene som bruker Faktisk.no som faktasjekkjeneste til vanlig.

## 5.4 Quiz

I samsvar med hvordan intervjusvarene avslørte resultatene fra quizen at informantene har rikelig med kunnskap om kritisk medieforståelse og kildekritikk. Seks av åtte informanter svarte korrekt på alle fem spørsmålene, mens to av informantene fullførte quizen med fire av fem riktige. Resultatene bekrefter at den utvalgte informantgruppen er bevisst hva de skal se etter for å identifisere falske nyheter.

## 6. Diskusjon

Det er helt tydelig at falske nyheter har skapt store utfordringer og økt ansvar for nyhetsprodusenter og -konsumenter innenfor det norske nyhetsbildet. Først og fremst har det hatt en generell påvirkning på journalistisk nyhetsproduksjon. I dag har vi tilgang på smarttelefoner, datamaskiner, internett og sosiale medier, som alle gir oss ekstreme mengder med informasjon og kunnskap i en endeløs nyhetssyklus. Konsekvensen av at informasjon er blitt så tilgjengelig er at det nå kreves en større innsats for å fange publikums oppmerksomhet. I tillegg blir det mer attraktivt å ty til sensasjonalisme og alternative kildeinnsamlingsmetoder for å bryte gjennom lagene av all annen tilgjengelig informasjon. Den iterative journalistikken går ofte på bekostning av innholdets kvalitet, og det virker som nyhetssaker først og fremst har som mål å generere mest mulig klikk og delinger. For å kunne unngå at store mengder feilinformasjon og desinformasjon får bevege seg fritt i e-samfunnet, er vi avhengig av at både profesjonelle aktører og privatpersoner anerkjenner ansvaret som sammenfaller med den journalistiske kildeinnsamlingsprosessen. Nyheter er, som ordet tilsier, *ny* informasjon som er relativt ukjent for den generelle befolkningen (Polage, 2020, s. 237). Med det kommer et krav om at den må undersøkes og verifiseres før den får negative konsekvenser for både nyhetsprodusentene og publikum, og forholdet mellom dem. Til tross for at faktasjekkjenester har som mål å bistå i kampen mot falske nyheter, hviler fortsatt et stort ansvar på alle som produserer og deler informasjon på nett. Journalister og *prosumers* kan derfor ikke fraskrive seg ansvaret om kildekritikk og tenke at faktasjekkjenester vil gjøre jobben for dem (Amazeen, 2013, s. 18). Det er fordi det ikke er tilstrekkelig å tenke at portvakter vil være i stand til å øremerke hver eneste form for falske nyheter.

Falske nyheter blir gjerne tenkt på som et amerikansk fenomen. Intervjuene viser at den første og vanligste konnotasjonen til falske nyheter er Donald Trump under det amerikanske presidentvalget i 2016. Trump er kjent for å bidra sterkt til å spre falske nyheter, samtidig som han anklager etablerte mediehus som kritiserer ham for å være "fake news". På den måten jobber han for å undergrave troverdigheten til etablerte medier og gjøre grensen mellom pålitelige og falske nyheter mer uklar. Som casestudien har vist er falske nyheter også relevant i norsk nyhetsmedia, hvor både etablerte og alternative nyhetsmedier har vært ansvarlige for å bære frem falsk informasjon. Likevel oppleves falske nyheter i norsk nyhetsmedia oftest som tilfeller av feilinformasjon heller enn desinformasjon. Casestudien

trekker frem to spesifikke eksempler fra Resett og NRK, som begge har bakgrunn i ubevisst spredning av falske nyheter. Det samsvarer med informantenes oppfatning av at selv om falske nyheter utgjør en stor utfordring også i det norske nyhetsrommet, er det i de færreste tilfeller snakk om intensjonelle forsøk på å påvirke eller villedde nyhetskonsumentene.

For å kunne gå falske nyheter i møte kreves det et kulturelt skifte som innebærer en endring i hvordan vi tolker informasjon, hvem vi stoler på, og hvor bevisste vi er på vår egen rolle når vi behandler ny informasjon (Zimdars, 2020, s. 4). Portvaktene stiller som sterke motsvar til falske nyheter, og har en særlig oppgave om å skulle autentifisere eller avslå mistenkelig innhold. I e-samfunnets informasjonsoverflod er det likevel liten garanti for at medieredaksjoner og portvakter alene vil kunne holde all falsk informasjon ute av den offentlige diskursen. Derfor må også nyhetskonsumenter ha evnen til å kunne utøve kildekritikk i møte med digitale nyheter. Likt som for medieredaksjonene og portvaktene er det uoverkommelig og urealistisk at vi vil være i stand til å faktasjekke hver eneste nye påstand. Derfor tilnærmer vi oss ofte kildekritikk ved å bruke kognitive snarveier for å bedømme kvaliteten på det vi ser og leser (Bowman & Cohen, 2020, s. 224). Ifølge intervjuvarene kan det innebære å undersøke og sette spørsmål ved fysiske tegn som skrifttyper, skriftstørrelser, fargebruk og format for å vurdere nyhetens troverdig. I tilfeller der kognitive snarveier brukes som kildekritisk metode, legger kritisk medieforståelse til rette for at det gjøres på bakgrunn av fornuftige og relevante vurderinger. Det gjør at vi enklere kan avgjøre hvorvidt vi skal tro på en nyhetssak eller ikke, uten å måtte gjøre gjennomgående undersøkelser. Det er altså ikke alltid tid og rom for å kunne benytte seg av eksterne faktasjekktjenester, og nyhetskonsumentens mediekompetanse er en forutsetning for å kunne avdekke falske nyheter og motstå spredningen av dem.

Med utgangspunkt i intervjuvarene kan det virke som nyhetskonsumenter har et høyt tillitsnivå til norske nyhetsmedier. Mange stoler på at journalistene gjør mye av grovarbeidet for å holde falske nyheter under publikums radar, og at de er i stand til å bruke sine egne instinkter og nivå av kritisk medieforståelse i tilfellene hvor det er nødvendig. Intervjuene fant at alle informantene var i god stand til å identifisere ulike årsaker til hvorfor falske nyheter oppstår og spres; å gjenkjenne flere av de ulike forklodingene falske nyheter kan ha; å forstå hvordan ekkokamre og personlige preferanser legger føringer for hvordan vi oppfatter informasjon; og se hvordan "clickbait" og annen skreddersydd informasjon brukes av nyhetsmedier for å drive kostnadseffektiv markedsføring. Likevel er det vanskelig å stadfeste hvorvidt svarene reflekterer den samme mediekompetansen som i hverdagslige møter med digitale nyheter. Det finnes en sjanse for at informantene også overvurderer sitt eget nivå av kritisk medieforståelse og tror at massemedia har større effekt på andre enn seg selv, kjent som tredjepersonseffekten (*the third-person effect*) (Banning & Sweetser, 2007, s. 453). Det kan også spekuleres i om resultatene hadde sett annerledes ut dersom intervjuene ble gjennomført med et annet utvalg informanter. Unge voksne anses gjerne som erfarne, kompetente digitale medborgere, som lever mye av livet gjennom digital teknologi i form av smarttelefoner og sosiale medier. Til tross for slike spekulasjoner, strekker trolig behovet for mediekompetanse, digital kompetanse og kritisk medieforståelse seg over flere aldersgrupper, og er relevant for alle som tar del i e-samfunnet.

## 7. Konklusjon

Dagens samfunn har blitt et slags døgnåpent informasjonssenter. Digitaliseringen har skapt informasjonsoverflod som setter journalister og medieredaksjoner opp mot hverandre i en konkurranse om publikums oppmerksomhet. I tillegg har den sosiale mediearkitekturen utvidet den journalistiske praksisen til å omfatte private aktører, eller *prosumers*, som også

har hoppet på informasjonsbølgen. Likevel kan og bør ikke all informasjon forstås som like pålitelig eller av like god kvalitet. Falske nyheter har lenge truet etablert vitenskap, og fenomenets komplekse og dynamiske natur gjør det umulig å finne ett fasitsvar på hvordan å motvirke dem. Der faktasjekkjenester som Faktisk.no jobber eksternt for å holde journalister og medieredaksjoner ansvarlig for egen nyhetsproduksjon, er den demokratiske meningsutvekslingen avhengig av at digitale medborgere innehar mediekompetanse, digital kompetanse og kritisk medieforståelse. Foruten disse ferdighetene baserer vi vår virkelighetsoppfatning på et sjansespill. Nyhetskonsumenter sitter på stor makt til å påvirke nyhetsbildet gjennom hvordan de bruker digitale medier og måten de leser og forstår ny informasjon på. Opplyste, erfarne og kritiske nyhetskonsumenter leder oss et steg videre mot å forhindre at oppdiktet, falsk informasjon får gå usett og gjennomsyre norske nyhetsmedier.

## 8. Litteraturliste

- Akerbæk, E., Dahlback, M. L. & Molnes, G. (2021, 6. april). Smitten blant unge er 100 ganger høyere enn NRK hevdet. *Faktisk.no*. <https://www.faktisk.no/faktasjekker/JqG/smitten-blant-unge-er-100-ganger-hoyere-enn-nrk-hevdet>
- Akerhaug, Lars. (2020, 5. mars). Resett trekker og beklager sak om at norsk statsborger døde som følger av Corona-viruset. *Resett*. <https://resett.no/2020/03/05/resett-trekker-og-beklager-sak-om-at-norsk-statsborger-dode-som-folge-av-corona-viruset/>
- Andersen, G. (2019, 31. januar). *Valg av forskningsmetode*. Nasjonal Digital Læringsarena. <https://ndla.no/nb/subject:19/topic:1:195989/topic:1:195829/resource:1:56937?filters=urn:filter:f3d2143b-66e3-428c-89ca-72c1abc659ea>
- Amazeen, A. M. (2013). Making a Difference: A Critical Assessment of Fact-checking in 2012. *New America Foundation*, 1-40.
- Banning, S. A. & Sweetser, K. D. (2007). How Much Do They Think It Affects Them and Whom Do They Believe?: Comparing the Third-Person Effect and Credibility of Blogs and Traditional Media. *Communication Quarterly*, 55(4), 451-466. <https://doi.org/10.1080/01463370701665114>
- Bishop, L., Tandoc Jr., E. C. & Thomas, R. J. (2021). What is (Fake) News? Analyzing News Values (and More) in Fake Stories. *Media and Communication*, 9(1), 110-119. <http://dx.doi.org/10.17645/mac.v9i1.3331>
- Bowman, N. D. & Cohen, E. (2020). Mental Shortcuts, Emotion, and Social Rewards: The Challenges of Detecting and Resisting Fake News. I M. Zimdars & K. McLeod (Red.), *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age* (s. 223-233). The MIT Press.
- Cook, N. A. (2018). *Fake News and Alternative Facts: Information Literacy in a Post Truth Era*. ALA Editions, 1-25.
- Dahlback, M. L., Drabløs, Ø. T., Egeberg, K., Klev, M. W., Molnes, G. & Skiphamn, S. S. (2020, 5. mars). Nei, en 80 år gammel mann ble ikke det første norske dødsofferet for koronaviruset. *Faktisk.no*. <https://www.faktisk.no/faktasjekker/72l/nei-en-80-ar-gammel-mann-ble-ikke-det-forste-norske-dodsofferet-for-koronaviruset>
- Dahlum, S., Grønmo, S. & Wæhle E. (2020, 14. mai). *Case-studie*. Store Norske Leksikon. Hentet 7. mai 2021 fra <https://snl.no/case-studie>
- Faktisk.no. (u.å.a). *Metode*. Hentet 6. april 2021 fra <https://www.faktisk.no/metode>
- Faktisk.no. (u.å.b). *Om oss*. Hentet 6. april 2021 fra <https://www.faktisk.no/om-oss>
- Fauskevåg, O. (2018). Bidreg digital teknologi til danning? I V. Frantzen og D. Schofield (Red.), *Mediepedagogikk og Mediekompetanse: Danning og læring i en ny mediekultur* (s. 121-144). Fagbokforlaget.
- Fjær, E. G. (2018). Til forsvar for kvalitative intervju. *Dansk Sociologi*, 29(3), 27-43.
- Fox, J. (2020). 'Fake News' – the perfect storm: historical perspectives. *Historical Research*, 93(259), 172-189. <http://doi.org/10.1093/hisres/htz011>
- Gerring, J. (2004). What Is a Case Study and What Is It Good for? *American Political Science Review*, 98(2), 341-354. <http://doi.org/10.1017/S0003055404001182>
- Graves, L. (2013). *Deciding What's True: Fact-Checking Journalism and the New Ecology of News* [Doktorgradsavhandling]. Columbia University.
- Haas, T. (2004). Research note: Alternative media, public journalism and the pursuit of democratization. *Journalism Studies*, 5(1), 115-121. <https://doi.org/10.1080/1461670032000174783>
- Haugseth, J. F. (2018). En mediepedagogisk samtidsdiagnose: Digitale ferdigheter i

- mediereguleringens tidsalder. I V. Frantzen og D. Schofield (Red.), *Mediepedagogikk og Mediekompetanse: Danning og læring i en ny mediekultur* (s. 205-220). Fagbokforlaget.
- Kruikemeier, S. & Lecheler, S. (2016). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources. *New media & society*, 18(1), 156-171. <https://doi.org/10.1177/1461444815600412>
- Lindgren, S. (2017). *Digital Media & Society*. SAGE Publications Ltd.
- Medietilsynet. (u.å.a). *Kritisk medieforståelse*. Hentet 7. mai 2021 fra [https://www.medietilsynet.no/mediebildet/kritisk\\_medieforstaelse/#anchor\\_504](https://www.medietilsynet.no/mediebildet/kritisk_medieforstaelse/#anchor_504)
- Medietilsynet. (u.å.b.). *Slik avslører du desinformasjon og falske nyheter*. Hentet 7. mai 2021 fra [https://www.medietilsynet.no/mediebildet/slik-avslorer-du-falske-nyheter/#anchor\\_8292](https://www.medietilsynet.no/mediebildet/slik-avslorer-du-falske-nyheter/#anchor_8292)
- Polage, D. (2020). Source Credibility and Belief in Fake News: I'll Believe You If You Agree with Me. I M. Zimdars & K. McLeod (Red.), *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age* (s. 235-243). The MIT Press.
- Røkenes, F. M. (2018). Digital kompetanse i lærerutdanning og i høyere utdanning. I V. Frantzen og D. Schofield (Red.), *Mediepedagogikk og Mediekompetanse: Danning og læring i en ny mediekultur* (s. 185-204). Fagbokforlaget.
- Skiphamn, S. S. (2021, 10. mars). Resolusjon fra Europarådet stanser ikke vaksinepass. *Faktisk.no*. <https://www.faktisk.no/artikler/JQ7/resolusjon-fra-europaradet-stanser-ikke-vaksinepass>
- Tenk. (u.å.). *Falske nyheter*. Hentet 6. april 2021 fra <https://tenk.faktisk.no/tema/falske-nyheter>
- Thorbjørnsrud, K. (2020, 25. juni). Hva skal vi med Faktisk.no? *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/meninger/kronikk/i/1nmvWQ/hva-skal-vi-med-faktiskno-kjersti-thorbjoernsrud>
- Wardle, C. (2020). Journalism and the New Information Ecosystem: Responsibilities and Challenges. I M. Zimdars & K. McLeod (Red.), *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age* (s.71-84). The MIT Press.
- Zimdars, M. (2020). Introduction. I M. Zimdars & K. McLeod (Red.), *Fake News: Understanding Media and Misinformation in the Digital Age* (s. 1-9). The MIT Press.

## **9. Vedlegg**

### **Vedlegg 1**

Prosjektlogg – Viser til arbeidsprosessen, inkludert valg og avgrensninger som er tatt underveis i oppgaven.

#### **Vedlegg 1.1**

Eksternt Excel-dokument som hører til prosjektloggen. Den viser en oversikt over tidligere forskning som ble samlet inn til midtveisseminaret.

#### **Vedlegg 2**

Intervjuguide – Viser intervjuenes struktur, spørsmål og todeling. Formatet på quizen er også del av intervjuguiden.

