

Peder Husby Løken

Kunstig intelligens og nyhetsproduksjon:

en kvalitativ undersøkelse av norske nyhetsmedier

Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi

Veileder: Hendrik Storstein Spilker

Juni 2024



Dette bildet er laget ved hjelp av kunstig intelligens (OpenAI, 2024a).

Peder Husby Løken

Kunstig intelligens og nyhetsproduksjon:

en kvalitativ undersøkelse av norske nyhetsmedier



Masteroppgave i Medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi
Veileder: Hendrik Storstein Spilker
Juni 2024

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for sosiologi og statsvitenskap



Kunnskap for en bedre verden

FORORD

Masteroppgaven du nå skal lese, enten i papirformat eller som en digital PDF-fil, markerer med dette slutten på mine år som student hos NTNU, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet. Etter 5 år som student ved ‘drivhuset’ oppe på Dragvoll i Trondheim, er jeg både klar for, og spent på min overgang inn i det ‘voksne arbeidslivet’ som medievitner – med en mastergrad i medier, kommunikasjon og informasjonsteknologi.

I fremtiden når jeg er blitt *gammel* vil jeg tenke tilbake på studietiden som en viktig del av livet. Hvor jeg har vokst mye og lært mye om meg selv, delt erfaringer og hatt gode diskusjoner med medstudenter, og blitt kjent med nye venner jeg vil huske for resten av livet. Som en tidlig krøket teknologientusiast med stor fascinasjon for sosiale medier og internett, bestemte jeg meg for tema for min masteroppgave: kunstig intelligens og nyhetsproduksjon.

Jeg vil benytte anledningen til å først takke mine medstudenter, som har gjort tiden på lesesal til en svært innholdsrik opplevelse av fellesskap og samhold. Deretter vil jeg takke min veileder Hendrik, som underveis i masterskrivingen har gitt gode tilbakemeldinger og råd. Jeg vil også takke mine informanter, som i aller høyeste grad har vært åpne og villige til å delta i prosjektet, og derav gjort prosjektet mulig. Til sist vil jeg takke familie, venner og samboer som har vært tålmodige og har hjulpet meg med å ta nødvendige pauser underveis.

Å se det tomme word-dokumentet fra januar, bli til en fullverdig masteroppgave i juni, er en følelse av det sjeldne. Masteroppgaven har som forskningsprosjekt vært svært lærerikt, og er en erfaring jeg ikke ville vært foruten.

Alle feil og mangler er mine egne.

Peder Husby Løken

Dragvoll, 4. Juni 2024

SAMMENDRAG

Denne masteroppgaven ønsker å undersøke hvordan norske nyhetsmedier har tatt i bruk kunstig intelligens. I takt med teknologisk utvikling har nyhetsbransjen i møte med ny teknologi endret seg, og de siste årene har ‘kunstig intelligens’ (ofte forkortet ‘KI’) fått mye oppmerksomhet. For å undersøke hvordan KI anvendes i nyhetsproduksjon er det essensielt å se nærmere på teknologiens bruksområder, redaksjonelle retningslinjer ved bruk av teknologien, og hvorvidt teknologien utfordrer journalistikkens autonomi og omdømme. I undersøkelsen av dette er det blitt gjennomført kvalitative dybdeintervjuer med 10 representanter fra ulike nyhetsmedier i Midt-Norge. Forskningsprosjektet anvender en sosialkonstruktivistisk tilnærming, og det empiriske datamaterialet sees i lys av sosial forming av teknologi, domestisering og forholdet mellom mennesker og maskiner. Kunstig intelligens bidrar til automatisering og effektivisering av journalistisk arbeid, hvilket frigjør ressurser for annet og mer kreativt utfordrende arbeid. Nyhetsmediene er likevel opptatt av at slik automatisering og effektivisering ikke skal gå på bekostning av redaksjonell pålitelighet og lesernes tillit. Nyhetsmedienes omdømme utfordres som følge av teknologiens kapasitet til å fabrikere innhold, hvilket understreker behovet for redaksjonelle retningslinjer. Ved å vektlegge menneskelig kontroll og anvende KI som et redaksjonelt verktøy, så ivaretar nyhetsmediene journalistikkens autonomi. Fremtidige undersøkelser burde søke å inkludere lesernes perspektiv, søke en dypere forståelse av KI-teknologiens innvirkning på nyhetsproduksjon over tid, og undersøke bruk av KI blant nyhetsmedier på steder hvor demokratiet utfordres.

ABSTRACT

This master's thesis aims to investigate how Norwegian news media have adopted artificial intelligence. In line with technological development, the news industry has changed in response to new technology, and in recent years, 'artificial intelligence' (often abbreviated as 'AI') has received much attention. To examine how AI is used in news production, it is essential to look more closely at the technology's applications, editorial guidelines for using the technology, and whether the technology challenges the autonomy and reputation of journalism. In this investigation, qualitative in-depth interviews with 10 representatives from various news media in Central Norway were conducted. The research project uses a social constructivist approach, and the empirical data is viewed in light of the social shaping of technology, domestication, and the relationship between humans and machines. Artificial intelligence contributes to the automation and streamlining of journalistic work, which frees up resources for other and more creatively challenging tasks. News media are nevertheless concerned that such automation and streamlining should not come at the expense of editorial reliability and readers' trust. The reputation of news media is challenged due to the technology's capacity to fabricate content, highlighting the need for editorial guidelines. By emphasizing human control and using AI as an editorial tool, the news media safeguards the autonomy of journalism. Future research should seek to include readers' perspectives, seek a deeper understanding of the impact of AI technology on news production over time, and investigate the use of AI among news media in places where democracy is challenged.

Innholdsfortegnelse

1 INNLEDNING	1
1.1 INNLEDNING OG PROBLEMSTILLING	1
1.2 TEORI OG METODE	2
1.3 OPPBYGNING AV OPPGAVEN	2
2. TEORI	4
2.1 SOSIAL FORMING AV TEKNOLOGI.....	4
2.2 DOMESTISERING	6
2.3 FORHOLDET MELLOM MENNESKE OG MASKIN.....	8
3. NY TEKNOLOGI OG NYHETSPRODUKSJON.....	11
3.1 NY TEKNOLOGI I NYHETSBRANSJEN	11
3.2 TRUSLER OG TROVERDIGHET	12
3.3 MASKINLÆRING, SPRÅKMODELLER OG KUNSTIG INTELLIGENS – HVA ER HVA?.....	13
4. METODE.....	16
4.1 VALG AV FORSKNINGSMETODE	16
4.2 UTVALG OG REKRUTTERING.....	17
4.3 DATAINNSAMLING OG INTERVJUGUIDE	19
4.4 BEHANDLING AV DATA	21
4.5 ETISKE VURDERINGER	22
4.6 PÅLITELIGHET, GYLDIGHET OG GENERALISERBARHET.....	23
5. BRUKSOMRÅDER	25
5.1 AUTOMATISERE OG EFFEKTIVISERE	25
5.1.1 <i>Journalistisk brainstorming</i>	27
5.1.2 <i>Kodebasert journalistikk</i>	28
5.1.3 <i>«Saken oppsummert»</i>	29
5.2 PREDIKERE OG PERSONALISERE	31
5.3 OVERVÅKE.....	34
6. OPPLÆRING, EVALUERING OG RETNINGSLINJER.....	38
6.1 INTERN OPPLÆRING OG KUNNSKAPSØKNING	38
6.2 SAMARBEID OG KUNNSKAPSDDELING I MEDIEBRANSJEN	40
6.3 PROBLEMSTILLINGER KNYTTET TIL EKSTERNE AKTØRER.....	42
6.4 RETNINGSLINJER OG FELLES REGELVERK VED BRUK AV KI.....	45
7. KUNSTIG INTELLIGENS OG JOURNALISTIKKENS OMDØMME.....	50
7.1 OMDØMME, TILLIT OG ÅPENHET	50
7.2 «HUMAN IN THE LOOP» OG JOURNALISTISK TEFT.....	54

7.3 TRUSSEL MOT ARBEIDSPLASSENE	57
8. KONKLUSJON	60
8.1 KI-TEKNOLOGIENS BRUKSOMRÅDER	60
8.2 KUNSTIG INTELLIGENS OG RETNINGSLINJER	61
8.3 JOURNALISTIKKENS AUTONOMI OG OMDØMME.....	61
8.4 VEIEN VIDERE.....	62
REFERANSELISTE	64
VEDLEGG	69
VEDLEGG 1: SAMTYKKESKJEMA	69
VEDLEGG 2: INTERVJUGUIDE.....	72

1 Innledning

1.1 Innledning og problemstilling

Trykkpressen, datamaskinen, smarttelefonen og sosiale medier er alle eksempler på teknologiske nyvinninger som har ført til endringer i hvordan nyheter produseres, distribueres og konsumeres. Siste skrik innen teknologisk utvikling, kunstig intelligens (KI), representerer på ny et potensial for endring av nyhetsproduksjon – og ChatGPT har de siste årene fått mye oppmerksomhet ved å illustrere hvordan KI kan anvendes som verktøy ved å generere tekst, bilde og video. Med slike muligheter i dagens digitale tidsalder, er det interessant å skulle undersøke hvordan KI-teknologi anvendes i nyhetsproduksjon og potensielt endrer samspillet mellom teknologi og journalistikk.

Jeg vil i mitt forskningsprosjekt undersøke *hvordan nyhetsmedier har tatt i bruk kunstig intelligens*. Da begrepet «nyhetsmedier» inkluderer nyhetsmedier fra hele verden har jeg ansett det som nødvendig å avgrense oppgavens omfang. For det første vil jeg forholde meg til redaksjonelle nyhetsmedier, som til forskjell fra andre nyhetsmedier opererer under en redaksjon i tråd med journalistiske retningslinjer fri fra eksterne interesser. Videre, for å sikre forskningsprosjektets gjennomførbarhet har jeg valgt å i all hovedsak forholde meg til nyhetsmedier og informanter fra Trondheimsområdet – et resultat av mitt eget studiested – NTNU Dragvoll i Trondheim. Det empiriske datamaterialet er derfor hentet fra informanter fra Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag, supplert av informanter med tilhørighet til andre mediehus som Altinget, Agderposten og Universitetsavisa. Forskningsprosjektets overordnede problemstilling er med dette som grunnlag justert til følgende: **Hvordan har norske nyhetsmedier tatt i bruk kunstig intelligens?**

I min undersøkelse av *hvordan* norske nyhetsmedier har tatt i bruk KI anser jeg det som nødvendig å også undersøke rammene rundt bruken av teknologien i nyhetsproduksjon. Først og fremst er det essensielt å vite *hvilke bruksområder KI-teknologi har for norske nyhetsmedier?* Nyhetsproduksjon er tett knyttet til presseetikk, hvilket illustreres ved Vær Varsom-plakaten som er en samling av pressens etiske normer (Pressens Faglige Utvalg, 2023). Ved redaksjonell bruk av KI-teknologi er det derfor essensielt å undersøke *hvilke retningslinjer som eksisterer for bruk av kunstig intelligens?* Da KI gjør det mulig å generere tekst, bilde og

video er det til også nødvendig å undersøke *på hvilken måte kunstig intelligens utfordrer journalistikkens autonomi og omdømme?* For ordens skyld er det greit å påpeke at jeg i min masteroppgave vil omtale teknologien som KI (Kunstig Intelligens), til tross for at det ikke er uvanlig å omtale den samme teknologien ved sitt engelske uttrykk, AI (Artificial Intelligence).

1.2 Teori og metode

På bakgrunn av at jeg i min masteroppgave ønsker å undersøke *hvordan* nyhetsmediene har tatt i bruk kunstig intelligens, med underliggende spørsmål om *hvilke* bruksområder og retningslinjer som eksisterer, og på *hvilken* måte kunstig intelligens utfordrer journalistikken – har jeg valgt å anvende en kvalitativ tilnærming. Tilnærmingen er hensiktsmessig da det muliggjør direkte kontakt med representanter fra nyhetsmediene, og empirisk datamateriale er innhentet ved bruk av totalt 10 dybdeintervjuer; noe jeg vil komme mer tilbake til i kapittel 4.

Der hvor teknologisk deterministiske perspektiv ser på teknologisk utvikling som en autonom fremdrift av intern logikk fri fra sosiale forhold, hevder sosialkonstruktivistiske perspektiver at teknologi formes og får sin rolle som et resultat av sosiale kontekster og praksiser (Williams et al., 2000, s. 38). I mitt forskningsprosjekt anvender jeg to sosialkonstruktivistiske perspektiver: 1) Sosial forming av teknologi (Social Shaping of Technology/SST) og 2) Domestiseringsteori. Sosial forming av teknologi skiller seg fra andre sosialkonstruktivistiske perspektiver med sitt fokus på makro-rammer, hvilket gjør perspektivet godt egnet for bransjeorienterte undersøkelser. Domestiseringsteori bidrar på den andre siden til å belyse både bruk og implementasjon av KI på et mer praktisk og brukerorientert plan. Jeg vil også anvende ‘menneske-maskin’ teori, som illustrerer det komplekse forholdet mellom mennesker og maskiner – hvor grensene for hva mennesker og maskiner er i stand til å gjøre endrer seg. Til sist vil jeg benytte meg av nyere forskning på hvordan journalistiske praksiser har endret seg i møte med ny teknologi.

1.3 Oppbygning av oppgaven

Jeg har i kapittel 1 redegjort for forskningsprosjektets samfunnsmessige og faglige relevans, i tillegg til relevante forskningsspørsmål. I kapittel 2 vil jeg redegjøre for masteroppgavens teoretiske bidrag, her vil jeg redegjøre ytterligere for sosial forming av teknologi, domestiseringsteori og menneske-maskin teori som analytiske rammeverk. I kapittel 3 vil jeg

vise hva forskning sier om hvordan nyhetsbransjen har endret seg, som følge av muligheter og utfordringer i møte med ny teknologi frem til i dag, og gjøre rede for kunstig intelligens som teknologi. I kapittel 4 vil jeg redegjøre for metodiske valg jeg har tatt i forskningsprosessen og datainnsamlingen. Kapittel 5-7 utgjør oppgavens analytiske diskusjonsdel, hvor bruksområder (5), retningslinjer og opplæring (6) og journalistikkens autonomi (7) i relasjon til kunstig intelligens vil sees i lys av relevant forskning og teoretiske perspektiv. I kapittel 8 vil prosjektets forskningsspørsmål besvares, hvor konkluderende funn summeres og presenteres.

2. Teori

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for de tre teoretiske bidragene 1) sosial forming av teknologi, 2) domestisering og 3) menneske-maskin teori. De tre bidragene anvendes i mitt forskningsprosjekt og forstås som flere perspektiver på innføring av ny teknologi, hvor mennesker og maskiner utfyller hverandre.

2.1 Sosial forming av teknologi

Sosial forming av teknologi (Social Shaping of Technology/SST) legger vekt på at teknologi utvikler seg som et resultat av sosiale forhold fremfor en indre teknologisk logikk – og stiller seg på denne måten som en direkte kontrast til teknologisk determinisme (Williams et al., 2000, s. 38). Med *sosiale* forhold peker SST på organisatoriske, politiske, økonomiske og kulturelle faktorer, og hevder at teknologi og teknologisk innovasjon formes av komplekse sosio-økonomiske prosesser (Williams et al., 2000, s. 38). En nøkkelutfordring for radikale teknologiske innovasjoner er ifølge Williams et al. (2000) at teknologiens potensiale må samspille med samfunnets sosiale behov (s. 38-39). Dette kan imidlertid være utfordrende, da både etterspørsel etter teknologien og sosiale behov som følge av at teknologien utvikler seg i møte med nye teknologiske muligheter – dette til forskjell fra eksisterende teknologi hvor forbedringer og justeringer er mer inkrementelle over tid, som følge av godt etablerte bruksområder (Williams et al., 2000, s. 39).

Tradisjonelle modeller på teknologisk innovasjon har fulgt en lineær-diffusjons-modell; hvor teknologiske innovasjoner var ferdig utviklede og spredte seg blant brukere uten å endre seg noe særlig (Williams et al., 2000, s. 42). James Fleck (1988, slik referert til i Williams et al., 2000) introduserte heller konseptet ‘innofusjon’, hvilket går ut på at teknologiens bruksnytte ikke er klar fra begynnelsen, men blir tydeligere som et resultat av bruk og modifikasjoner (s. 42). Brukere er på denne måten ikke passive mottakere av teknologi, men spiller en sentral rolle i teknologisk evolusjon. SST har på denne måten bidratt til erkjennelsen av *brukerens* betydning i teknologisk endring og innovasjon, som har dannet grunnlaget for en interaktiv innovasjonsmodell som understreker samspillet mellom teknologitilførsel og bruk (Williams et al., 2000, s. 39). SST argumenter på dette viset imot et lineært og teknologisk deterministisk perspektiv, og argumenterer for at teknologi ikke bare former samfunnsstrukturer og kulturelle normer, men også formes av dem (Williams & Edge, 1996, s. 867).

Innen sosial forming av teknologi er det med formål om å fange en slik kompleksitet blitt utviklet et sett konsepter, som handler om teknologiers 1) *forhandlingsbarhet* (negotiability) og 2) *forankring* (entrenchment) (Williams et al., 2000, s. 39; Williams & Edge, 1996, s. 867). Teknologiens forhandlingsbarhet (1) handler om teknologiens fleksibilitet, hvor teknologi er i en konstant dynamisk endring i tråd med brukernes sosiale behov og ønsker, som en direkte kontrast til en rett frem og forutsigbar utvikling (Williams et al., 2000, s. 39 & 42-44). Teknologisk forankring (2) handler om *lukkingsprosesser* (processes of closure) hvor teknologiske innovasjoner stabiliseres og forankres som en del av samfunnet (Williams et al., 2000, s. 40 & 44-46). Teknologien oppnår på denne måten teknologisk suksess som en *standard*, slik operativsystemet Windows har blitt en standard for datamaskiner og er blitt en del av samfunnet. Teknologisk forankring kan videre føre til det SST omtaler som *innlåsing* (lock-in) hvor teknologier blir så etablerte at det er vanskelig å bevege seg vekk fra den, til og med i møte med bedre teknologi (Williams et al., 2000, s. 40). «QWERTY» tastaturet er et godt eksempel på dette. Tastaturopsettet slik det benyttes i dag er i utgangspunktet et resultat av gamle skrivemaskiner, hvor tastene måtte plasseres slik at bokstavarmene ikke låste seg i hverandre (Mauren, 2014). Selv om det er blitt gjort flere forsøk på å forbedre tastaturopsettet, og det eksisterer mer optimaliserte oppsett, har QWERTY-tastaturet forankret seg så dypt at det fortsatt brukes i dag (Williams et al., 2000, s. 45).

SST-tilnærmingen gjør seg med dette som basis, funksjonell som en kritisk linse i mitt forskningsprosjekt. Ikke bare i undersøkelsen av hvordan kunstig intelligens endrer det redaksjonelle nyhetsrommet, men også hvordan nyhetsrommets sosiale og organisatoriske strukturer også former adaptasjonen av KI-teknologi. Kunstig intelligens er i så tilfelle ikke bare et autonomt verktøy, men integreres inn i et sosio-teknisk system med flere delaktige aktører som journalister, utviklere, redaktører og lesere som alle påvirker teknologien og dens implementasjon. Å benytte sosial forming av teknologi bidrar på denne måten til å gi innsikt i hvordan nyhetsrommet og journalistiske normer påvirker og former utviklingen og bruken av kunstig intelligens. Dette da SST foreslår at KI i journalistikk ikke bare er et resultat av teknologiens iboende evner, men hvordan teknologien innlemmes inn i og påvirkes av eksisterende organisatoriske strukturer, sosiale behov og ønsker.

2.2 Domestisering

Som et supplement til SST sin anerkjennelse av *brukeren* som del av teknologisk utvikling og implementasjon, vil jeg anvende domestiseringsteori. Med formål om å belyse *bruken* av kunstig intelligens i nyhetsproduksjon gjør domestiseringsteori seg svært aktuell, da brukerperspektivet er en sentral del av domestiseringsteori – og er på denne måten i likhet med SST en klar avvisning av teknologisk deterministiske perspektiver (Ask & Søråa, 2021, s. 62). Ved å rette blikket mot brukerperspektivet muliggjøres kritiske undersøkelser av hvordan teknologi faktisk anvendes, og hvordan faktisk bruk krever en omorganisering av hverdagen (Ask & Søråa, 2021, s. 62). Domestiseringsteori kritiseres imidlertid ofte for å være basert på kvalitative studier, hvilket gjør det vanskelig å generalisere funn og fortellinger (Ask & Søråa, 2021, s. 69). Slik kritikk kan dermed sees i lys av tilsvarende kritikk rettet mot kvalitativ samfunnsvitenskapelig forskning generelt.

Helt grunnleggende går domestiseringsteori ut på at teknologi integreres inn i samfunnets sosiale liv og kulturelle sfære, samtidig som samfunnets sosiale liv og kulturelle sfære integreres inn i teknologien (Ask & Søråa, 2021, s. 61-63). Domestiseringsteori ble først utformet av Silverstone, Hirsch og Strathern (1992, som referert i Ask & Søråa, 2021, s 68) i en undersøkelse av hvordan medieteknologier ble en del av husholdninger, og identifiserte fire faser: 1) appropriering, 2) inkorporering, 3) objektivisering og 4) konversjon (Ask & Søråa, 2021, s. 68). Kort fortalt er de fire fasene ment å forklare hvordan teknologier anskaffes, inkorporeres i brukernes hjem og til sist blir en del av husholdets selvrepresentasjon (Sovacool & Hess, 2017, s. 715).

Begrepet «domestisering» benyttes til vanlig for å beskrive prosessen av hvordan ville dyr temmes, og derav blir en del av menneskers liv, rutiner og praksiser. Det er dog viktig å være klar over at en slik domestiseringsprosess ikke er en enveis-prosess hvor kun dyrenes hverdag endres. I likhet med hvordan dyrene blir en del av menneskers rutiner og praksiser blir også menneskene en del av dyrenes rutiner og praksiser, og får som følge endret sin egen hverdag (Skjølsvold, 2017, 160). Domestiseringsprosessen innebærer på denne måten resiprositet, hvor begge parter (forstått som dyr og mennesker) endres som et resultat av å bli del av hverandres hverdag (Skjølsvold, 2017, s. 160). Domestiseringsteori skiller seg fra begrepets opprinnelige betydning ved at dyr byttes ut med teknologi, hvor begge parter (forstått som teknologi og mennesker) blir del av hverandres liv, rutiner og praksiser som følge av en gjensidig

hjemliggjøring (Lupton, 2015, s. 38). På denne måten formes både teknologien og det sosiale systemet av hverandre, i en gjensidig formende prosess (Brosveet & Sørensen, 2006, 263).

Domestiseringsteori har i senere tid identifisert tre *dimensjoner* (ikke faser) sentrale i en teknologisk domestiseringsprosess: 1) praktisk, 2) kognitiv og 3) symbolsk. Den praktiske dimensjonen (1) peker på rutiner og bruksmønstre, altså hva som er normal bruk av teknologien og hvordan den anvendes. Den kognitive dimensjonen (2) handler om hvilke kunnskaper teknologien krever i sin bruk, og hvordan brukere tilegner seg den nødvendige kompetansen. Til sist peker den symbolske dimensjonen (3) på hvilke verdier teknologien assosieres med, og hvilken betydning den har for brukeren (Ask & Søråa, 2021, s. 63-65). Selv om dimensjonene omtales som separerte er det viktig å understreke at de likevel henger sammen (Ask & Søråa, 2021, s. 64). Hvordan en rent praktisk benytter seg av teknologien (1) vil påvirkes av hvilken kunnskap en har om teknologien (2) som også er påvirket av hvilken verdi teknologien har for brukeren (3). Søråa et al. (2021, slik referert til i Ask & Søråa, 2021) argumenterer for en fjerde dimensjon – 4) den *sosiale dimensjonen* – som handler om hvordan primærbrukere, sekundærbrukere og ikke-brukere av en teknologi påvirker domestiseringsprosessen (s. 67). Den sosiale dimensjonen (4) illustrerer hvordan brukerfellesskap er del av domestiseringsprosesser, Ask og Sørensen (2019, slik referert til i Ask & Søråa, 2021) understreker ytterligere at felles domestisering av teknologier avhenger av et moralsk fellesskap med en felles enighet av rasjonell bruk (s. 67).

Domestiseringsteoriens fire dimensjoner gjør det mulig å undersøke hvordan redaksjonell KI integreres inn i nyhetsmediene, og jeg vil i mitt forskningsprosjekt anvende domestiseringsteoriens *dimensjoner* fremfor dens opprinnelige *faser*. Den praktiske dimensjonen (1) gjør det mulig å belyse teknologiens bruksområder, rutiner og bruksmønstre som del av nyhetsproduksjon. Den kognitive dimensjonen (2) vil bidra til å belyse hvordan redaksjonelle medarbeidere tilegner seg den nødvendige kompetansen for å benytte seg av kunstig intelligens. Den symbolske dimensjonen (3) belyser hvilke verdier teknologien assosieres med for nyhetsmediene. Til sist vil den sosiale dimensjonen (4) illustrere hvordan redaksjonelle primærbrukere, sekundærbrukere og ikke-brukere av KI direkte påvirker domestiseringen og bruken av teknologien for journalistisk arbeid.

2.3 Forholdet mellom menneske og maskin

Over tid har forholdet mellom mennesker og maskiner utviklet seg, og grensene for hva mennesker og maskiner kan gjøre har stadig blitt forskjøvet. Historisk sett har teknologisk utvikling vært helt sentral i endringen av arbeidsprosesser, kommunikasjonsmetodikker og informasjonsdeling. I perioden 1900 til 1960 – når telefonoperatører ikke tilbydde sine tjenester ute på landsbygda – tok gårdsfolk saken i egne hender og bygde sine egne telefonlinjer (Kline, 2017, s. 837). I landsbygdas møte med automobiler var gårdsfolket misfornøyd, som resulterte i at bøndene bygde om eldre automobiler til maskiner for avskalling av mais og klesvask (Kline, 2017, s. 837). Slike historier illustrerer hvordan forholdet mellom mennesker og maskiner er et rikt og komplekst samspill, samtidig som nært og personlig (Kline, 2017, s. 837).

I den digitale tidsalderen vi nå lever i er tradisjonelle teknologiske systemdesign preget av et *herre og tjener*-forhold, hvor maskiner utfører menneskegitte kommandoer ved bruk av et brukergrensesnitt (Trujillo et al., 2019, s. 366). Den raske teknologiske utviklingen vi ser i dag gjør det imidlertid mulig for maskiner å agere som tilsynelatende autonome agenter, hvor maskiner har et 'intelligensnivå' som gjør det mulig å utføre handlinger uten forhåndsdefinerte instruksjoner (Trujillo et al., 2019, s. 367). Maskiner går da fra å være *tjenere* til å bli hva Trujillo et al. (2019) omtaler som *maskinelle lagkamerater* (s. 366). Trujillo et al. (2019) påpeker at å være en god lagkamerat innebærer tre sentrale aspekter: kommunikasjon, tillit og ofringsvilje (Trujillo et al., 2019, s. 368). God kommunikasjon sikrer at både menneskelige og maskinelle lagkamerater har den samme forståelsen av hva laget ønsker å oppnå, og det er særdeles viktig at den *maskinelle oppførselen* er transparent for lagets menneskelige parter slik at de skjønner hva maskinen gjør (Trujillo et al., 2019, s. 368). Når lag gjennomfører oppgaver er det essensielt med tillit til sine lagkamerater, som bygges over tid gjennom erfaringer av lagkameratenes oppførsel og evner (Trujillo et al., 2019, s. 368). Til sist har gode lagkamerater ofringsvilje, altså en vilje til å ofre egne mål til fordel for gjennomførelsen for et viktigere felles mål (Trujillo et al., 2019, s. 368). Trujillo et al. (2019) illustrerer hvordan innholdet av *hva* mennesker og maskiner kan gjøre forflyttes, da maskiner i økende grad er i stand til å overta menneskelige arbeidsoppgaver som delaktige i menneskelige lag.

Dreyfus (1992) hevder på sin side at maskiner – spesielt i form av kunstig intelligens – aldri vil kunne erstatte menneskelig ekspertise. Dreyfus (1992) hevder at menneskelige evner som del av intelligent oppførsel ikke er programmerbare, da hvordan mennesker prosesserer fysisk

inndata (input) ikke fungerer på samme måte som digitale dataprogram (s. 285-287). Han hevder at KI-utviklere er av den oppfatning at intelligent oppførsel kan formaliseres, som et utspring av deres antagelse om at verden kan analyseres som en rekke uavhengige logiske elementer; som senere kan rekonstrueres i tråd med vår menneskelige forståelse av verden (Dreyfus, 1992, s. 288). Dreyfus (1992) sier seg uenig i en slik verdensoppfatning, og hevder at de «logiske elementene» ikke har noen signifikans før de relateres til andre «logiske elementer» (s. 288). Dataanalyse av virkeligheten er på dette viset i direkte konflikt med den menneskelige opplevelsen av virkeligheten, hvor kontekst alltid anvendes i skapelsen av forståelse (Dreyfus, 1992, s. 288). Å skulle fange den menneskelige opplevelsen inn i et dataprogram, avhengig av definerte og konkrete regler, ville satt krav til KI-utvikleren om å formalisere alt mennesker til vanlig tar for gitt; en umulig oppgave ifølge Dreyfus (1992, s. 289). Dreyfus (1992) argumenterer på denne måten for at datamaskiner og KI aldri vil kunne erstatte en menneskelig kontekstuell forståelse, menneskelig emosjonell intelligens og menneskelig etisk dømmekraft. I tråd med Trujillo et al. (2019) anerkjenner Dreyfus (1992) imidlertid verdien av menneskelig og maskinelt samarbeid: «man *and* computer is capable of accomplishing things that neither of them can do alone» (Rosenblith, 1962, slik referert til i Dreyfus, 1992, s. 301).

Ved hjelp av *Maravecs paradoks* illustrerer Strümke (2023) hvorfor arbeidsoppgaver overlates til maskiner. Paradokset går ut på at oppgaver som er enkle for dyr og mennesker er vanskelige for maskiner, og oppgaver som er enkle for maskiner er umulige for dyr og vanskelige for mennesker (Strümke, 2023, s. 57). Strümke (2023) illustrerer ved paradokset det samme som Dreyfus (1992), nemlig maskinens manglende evne til å forstå kontekst. Det er for mennesker enkelt å skulle gjenkjenne sure blikk, men utfordrende med andregradsligninger – for maskiner er andregradsligninger enkle, men å gjenkjenne sure blikk er utfordrende (Strümke 2023, s. 57). Dersom maskiner overtar menneskelige arbeidsoppgaver i stor skala oppstår det en *industriell revolusjon* som et resultat av store omveltninger, og helt siden den første industrielle revolusjon har mennesker i en kollektiv bevissthet bekymret seg for maskinell overtagelse av menneskelig arbeid (Strümke, 2023, s. 189). Dette til tross har utviklingen av maskiner som overtar menneskelige arbeidsoppgaver fortsatt, i form av eksempelvis gressklippere, oppvaskmaskiner og støvsugere (Strümke, 2023, s. 189). Siden 1700-tallet er det i all hovedsak fysiske arbeidsoppgaver og grovarbeid som har blitt erstattet av maskinelle hjelpemidler. De siste årene har maskiner imidlertid blitt kapable til å skape bilder, skrive tekst, se sammenhenger og ta beslutninger raskere enn mennesker (Strümke, 2023, s. 189).

I det historisk voksende forholdet mellom mennesker og maskiner er det tydelig at menneskelige arbeidsoppgaver i større grad blir overlatt til maskiner og digitale verktøy, i tråd med maskinell og digital utvikling. Selv om mennesker i større grad er blitt avhengige av maskiner i gjennomførelsen av arbeidsoppgaver, åpnes det nye muligheter og arbeidsmarkeder i takt med teknologisk utvikling. Der hvor mennesker før var bønder, er de nå utviklere, programvareingeniører, dataanalytikere og dronepiloter (Strümke, 2023, s. 190).

I relasjon til inntoget av kunstig intelligens og nyhetsproduksjon er det interessant å undersøke hvorvidt det er problematisk å overlate menneskelige og journalistiske arbeidsoppgaver til maskiner. For «hvordan kan vi vite når det er trygt å overlate en oppgave til en maskin, og hvem skal være ansvarlig når en maskin feiler?» (Strümke, 2023, s. 11). I nyhetsbransjens møte med kunstig intelligens er det derfor nødvendig å undersøke hvordan redaksjoner forholder seg til det redaksjonelle ansvaret for innholdet de distribuerer, hvorvidt journalistisk arbeid overlates til kunstig intelligens og hvordan dette flytter grensene for hva som kan gjøres av mennesker og maskiner i relasjon til nyhetsproduksjon.

3. Ny teknologi og nyhetsproduksjon

I dette kapittelet vil jeg først redegjøre for hvordan nyhetsbransjen har endret seg i møte med ny teknologi. Deretter vil jeg redegjøre for hvordan nyhetsmediene har støtt på utfordringer med troverdighet som følge av økt konkurranse, sosiale medier og falske nyheter. Til sist vil jeg enkelt redegjøre for hvordan KI-teknologi fungerer, i relasjon til nyhetsmedienes økende ønske om å automatisere journalistisk arbeid.

3.1 Ny teknologi i nyhetsbransjen

Interaksjonen mellom teknologi og nyhetsmediene har endret hvordan produksjon, distribusjon og konsumpsjon av nyheter foregår. I dannelsen av nye nyhetskanaler, leveringssystemer, nyhetsprodukter og restruktureringen av redaksjonelt arbeidsinnhold har ny teknologi blitt utnyttet (Gillian, 2001, s. 193). Selv om internett og nåtidens digitale løsninger har utvidet menneskets kapasitet til kommunikasjon og informasjonsformidling, har det også bydd på nye utfordringer. Som et resultat av nye digitale verktøy og implementasjonen av disse, er medielandskapet i endring (Klopčič et al., 2020, s. 329).

Skjerpet konkurranse, internett, abonnements tjenester, sosiale medier, falske nyheter og en digital informasjonsoverflod har i takt med teknologisk utvikling utfordret journalistikkens posisjon. Som et resultat av internett og en økning i digitale hjelpemidler har nyhetsmediene gjennomgått et skifte fra rene annonseinntekter og trykte kopiopplag, over til abonnementsbasert digital nyhetsdistribusjon (Klopčič et al., 2020, s. 323). Nyhetsbransjens skifte av businessmodell bunner i nyhetsmedienes ønske om å overleve i et endrende medielandskap i møte med ny teknologi (Klopčič et al., 2020, s. 324-325). Unge i dag er oppvokst med å konsumere digitalt innhold på andre måter enn før, og er derfor i besittelse av nye former for digital kompetanse. Nyhetsmedienes endringer er på denne måten et resultat av deres ønske om å *fange* yngre lesere på vei inn i deres mest produktive fase av livet som unge voksne (Klopčič et al., 2020, s. 327).

Dagens digitale tidsalder har ikke bare endret hvordan nyhetsmediene presenteres og distribueres til lesere, men også hvordan nyheter produseres i utgangspunktet. I journalistikkens møte med digital informasjonsoverflod og digitale hjelpemidler har det oppstått nye former for journalistikk, en av disse er *datajournalistikk* (Gaikwad, 2024, s. 1). Datajournalistikk handler

om å utvinne nyhetssaker med utgangspunkt i dataanalyse, og i en tidsalder definert av digital informasjonsoverflod er datajournalistikk et kraftig verktøy for å kunne levere både kredible og viktige nyheter til et datakyndig publikum (Gaikwad, 2024, s. 1 & 3). Datajournalistikk preges av en økende grad av automatisering – og i nåtidens medielandskap – ved integrering av kunstig intelligens, som har potensial til å gi dypere innsikt i komplekse problemstillinger (Gaikwad, 2024, s. 3). Datajournalistikk representerer på denne måten en transformativ kraft i relasjon til moderne journalistikk, som utvider hvordan nyheter samles, analyseres og presenteres (Gaikwad, 2024, s. 3).

3.2 Trusler og troverdighet

Sosiale medier (SoMe) er en stor del av dagens digitale hverdag, og representerer for nyhetsmedier både muligheter og utfordringer. SoMe gjør det for nyhetsmediene mulig å utvide eget publikum, få med seg nyhetshendelser raskere, samhandle med nyheter og brukere direkte, og gjør det mulig for mindre nyhetsaktører å produsere nyheter i et stort medielandskap (Bowd, 2016, s. 129). Nyhetsmedienes tilstedeværelse handler altså ikke om å «henge med i tiden», men handler i likhet med abonnementsbasert nyhetsdistribusjon, slik omtalt av Klopčič et al. (2020, s. 324-325), om å overleve i et endrende medielandskap (Bowd, 2016, s. 140). Når lesere først begynner å anvende et nyhetsmedie som hovedkilde for sin informasjon, øker sannsynligheten for at den samme leseren fortsetter å benytte det samme nyhetsmediet (Vermeer et al., 2020, s. 1130). Digital informasjonsoverflod gjør det vanskelig for lesere å navigere seg gjennom og filtrere store mengder digitalt innhold. Hvilket understreker nyhetsmedienes behov for å etablere seg som troverdige redaksjonelle aktører, da nyhetskonsumenter i all hovedsak benytter nyhetsmediers egne nettsider som kilde for troverdig informasjon (Vermeer et al., 2020, s. 1131).

I takt med den digitale informasjonsoverfloden har mengden *falske nyheter* («fake news») vokst. Falske og oppdiktete nyheter på internett har gjort det vanskelig for brukere av SoMe og nyhetskonsumenter å skille mellom ekte og falsk informasjon. Selv om mange tenker at falske nyheter stort sett er et problem på sosiale medier, er dette også et problem hos anerkjente nyhetsmedier. Falske, eller *alternative* fakta blir nemlig del av publisert materiale hos legitime nyhetsmedier som følge av hvordan journalisten får tak i den gitte informasjonen – et problem mye utbredt hos yngre journalister som ikke er en del av mer formelle informasjonskanaler (Himma-Kadakas, 2017, s. 37-38). På samme måte som teknologisk utvikling foregår i et raskt

tempo, kjenner journalister på et tilsvarende press hvor innhold skal publiseres raskt; som ofte går på bekostning av kildevurdering og faktasjekkning (Himma-Kadakas, 2017, s. 25).

Nyhetsbransjens iboende ønske om å publisere innhold raskt kommer også til syne i mediens ønske om å automatisere arbeidsprosesser for å redusere det menneskelige behovet i gjennomførelsen av ineffektive, omfattende og repetitive arbeidsoppgaver (Chan-Olmsted, 2019, s. 211). Introduksjonen av KI-teknologi er dermed attraktiv for nyhetsmediene, da delvis eller full automatisering ved bruk av kunstig intelligens, vil kunne frigjøre tid og ressurser til mer kreativt og journalistisk utfordrende arbeid (Pashevich, 2018, s. 3). I takt med teknologisk utvikling har journalistikk tilpasset seg et stadig endrende digitalt landskap, og datajournalistikk vil ifølge Gaikwad (2024) fortsette å prege journalistisk arbeid – i form av økt automatisering og implementasjonen av kunstig intelligens (s. 3).

Teknologiske nyvinninger er for nyhetsmedier ettertraktede dersom de evner å forbedre journalistisk kvalitet i tråd med eksisterende normer – den samme teknologien vil imidlertid møte sterk motstand dersom den utfordrer journalistikkens autonomi eller på andre måter skader det endelige nyhetsproduktet (Pashevich, 2018, s. 59-60). Selv om KI-teknologi kan føre til økt produktivitet og effektivitet, er det likevel en iboende frykt blant journalister og andre redaksjonelle medarbeidere å skulle bli overflødige, som følge av manglende kunnskap og kompetanse om og opp mot teknologien (Noain-Sánchez, 2022, s. 116). For å sikre redaksjonell operasjonell effektivitet hevder Chan-Olmsted (2019) at det er behov for kompetanseheving blant ansatte og et balansert og eksperimentelt samarbeid mellom maskinell og menneskelig intelligens (s. 211). Hvilket innebærer menneskelige vurderinger av hva som krever et overordnet redaktøransvar, og hva som kan gjøres på «autopilot» (Holand & Engan, 2020, s. 13).

3.3 Maskinlæring, språkmodeller og kunstig intelligens – hva er hva?

Slik Chan-Olmsted (2019) poengterer at redaksjonelle medarbeidere er avhengige av å forstå KI-teknologi for å kunne anvende den godt – er også jeg i mitt eget forskningsprosjekt avhengig av å forstå hva KI-teknologi er, i undersøkelsen av hvordan nyhetsmediene anvender det. De siste årene har begrepene «maskinlæring», «språkmodeller» og «kunstig intelligens» festet seg, men hva er egentlig hva? Kunstig intelligens er i all hovedsak teknologi som gjør det mulig for maskiner å simulere menneskelig intelligens og problemløsningsferdigheter (IBM, 2021). På

denne måten fungerer begrepet *kunstig intelligens* som et paraplybegrep for forskjellig underliggende *intelligent* teknologi; eksempelvis maskinlæring og språkmodeller.

Maskinlæring handler om at en maskin ved prøving og feiling skal lære seg å løse problemer og oppnå ny kunnskap, uten at mennesker forteller den hva den skal gjøre med forhåndsbestemte algoritmer (Strümke, 2023, s. 58). For at dette skal fungere må tre krav oppfylles: 1) Det må defineres et problem maskinen skal løse, 2) maskinen må ha tilgang til data den kan anvende for å prøve og feile, og 3) maskinen må være i stand til å lære ved hjelp av en maskinlæringsalgoritme (Strümke, 2023, s. 58). Ved maskinlæring er det ytterligere tre ulike læringsstrategier som anvendes: 1) veiledet læring, 2) ikke-veiledet læring og 3) forsterket læring (Tidemann & Elster, 2023). Veiledet læring (1) er den mest utbredte formen for maskinlæring, og innebærer at mennesker koder inn en *tapsfunksjon*, hvilket forteller maskinen *hvor feil* den tar, men ikke *hva* den gjør feil; dette skal maskinen selv finne ut av på egenhånd (Strümke, 2023, s. 58-59). Ikke-veiledet læring (2) innebærer at maskinen ikke får noen tilbakemeldinger, og selv må identifisere sammenhenger mellom data den anvender for å løse et problem (Tidemann & Elster, 2023). Til sist går forsterket læring (3) ut på at maskinen får straff eller belønning i sin interaksjon med et miljø, som forsterker ettertraktet oppførsel – her defineres en start og et mål, og maskinen får belønning (eksempelvis i form av positiv poengscore) avhengig av hvor effektivt problemet løses (Tidemann & Elster, 2023).

En subkategori av maskinlæring, er det som kalles *dyp læring*. Dyp læring er i utgangspunktet det samme som maskinlæring, men slik begrepet tilsier, på et dypere plan. Maskinlæringsmodeller har i likhet med den menneskelige hjernen behov for det som kalles *nevrale nettverk* i sine beregninger på tilgjengelig data (Strümke, 2023, s. 66). Nevrale nettverk, i maskinell form, består av en rekke *noder* satt sammen i minst tre forskjellige *lag*: et lag for inndata (input), et lag for utdata (output), og et mellomlag hvor beregninger gjøres (Strümke, 2023, s. 67). For å male et bilde av hvordan nevrale nettverk er bygd opp kan en tenke på en avlang pakke med tennisballer, hvor hver av tennisballene representere en *node*. Ved å sette flere av de avlange pakkene ved siden av hverandre vil hver av pakkene representere et *lag* med noder. Pakken til venstre er inndata-laget, hvor hver av tennisballene (nodene) tar inn forskjellige data og videresender det til pakken i midten (beregninglaget), som igjen videresender den beregnede dataen til utdata-laget til høyre. Dette er en svært forenklet måte å illustrere hvordan maskinlæring og nevrale nettverk fungerer, og det som skiller maskinlæring fra dyp læring er antall beregningslag i midten av det nevrale nettverket. Et nevralt nettverk kan ha flere en ett

beregningslag, og dersom nettverket har minst to slike beregningslag defineres nettverket som *dyp*; derav *dyp* læring (Strümke, 2023, s. 67-68).

Slike nevralt nettverk kan anvendes til en rekke ulike oppgaver, og strekker seg fra relativt enkle oppgaver som å kategorisere og sortere frukt, til mer avanserte oppgaver som å styre elektriske biler. Det er i all hovedsak hvilken type data en anvender som bestemmer hva maskinlæringsmodellen er i stand til å gjøre – skal maskinen sortere frukt trengs data om fruktstørrelser og farger, men skal maskinen styre en bil trengs det data om bilretning, hastighet, svingradius osv. Begrepet «språkmodeller» er de siste årene blitt mye omtalt i relasjon til kunstig intelligens, og en språkmodell er på denne måten bare en spesifikk type maskinlæringsmodell designet for å forstå og generere menneskelig språk (Strümke, 2023, s. 148). Innen forskningsfeltet på kunstig intelligens kalles dette *naturlig språkbehandling* (Natural Language Processing/NLP) (Strümke, 2023, s. 152). Selv om språkmodeller gjerne oppfattes som veldig avanserte, er de i prinsippet enkle, da de grunnleggende sett bare beregner sannsynligheten for *neste ord* i en setning (Strümke, 2023, s. 153). Ved setningen «I denne sommervarmen vil jeg ha en ...» er det nærliggende å tro at en språkmodell ville avsluttet med «is», som med stor sannsynlighet er det neste ordet i setningen.

Slik IBM (2021) understreker er kunstig intelligens i all hovedsak teknologi som gjør det mulig for maskiner å simulere menneskelig intelligens og problemløsningsferdigheter, og begrepet dekker på denne måten maskinlæring, nevralt nettverk, dyp læring og språkmodeller under et felles paraplybegrep. Det er derfor viktig å understreke at jeg i mitt forskningsprosjekt ikke vil gå i dybden på hvilken maskinlæringsmodell eller type kunstig intelligens nyhetsmediene anvender. Dette da jeg i utgangspunktet ønsker å undersøke *hvordan* nyhetsmediene har tatt i bruk teknologien, og til hva, men ikke de teknologiske detaljene. Jeg anser det likevel som helt nødvendig med en grunnleggende forståelse av hva jeg legger i begrepet 'kunstig intelligens' som teknologi i mitt forskningsprosjekt.

4. Metode

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for metodiske valg tatt underveis i mitt forskningsprosjekt, hvilket belyser hvordan forskningsprosessen har preget arbeidet underveis. En metodisk gjennomgang har som hensikt å sørge for transparens, og er viktig for å gi leseren et godt innblikk i undersøkelsen og muligheten til å ta stilling til forskningens kvalitet (Tjora, 2021, s. 264).

4.1 Valg av forskningsmetode

Da jeg i min masteroppgave ønsker å undersøke *hvordan* nyhetsmediene har tatt i bruk kunstig intelligens har jeg besluttet å anvende en kvalitativ tilnærming. Ved kvalitative problemstillinger knyttet til mediefeltet er det gunstig å ytterligere anvende kvalitative intervju (Østbye et al., 2013, s. 101). Innen kvalitativ forskning er den mest utbredte formen for datagenereringsmetode *dybdeintervjuer*; med formål om å skape en friere samtale rundt forhåndsbestemte tema (Tjora, 2021, s. 127). Under slike intervju er det essensielt å benytte åpne spørsmål, som tilrettelegger for mer dyptgående refleksjoner og svar blant informantene (Tjora, 2021, s. 127). Med bakgrunn i dybdeintervjuets kjerne, nemlig studier av meninger, holdninger og erfaringer (Tjora, 2021, s. 127) har jeg valgt å benytte semistrukturerte dybdeintervjuer i mitt forskningsprosjekt; med ønske om å avdekke hvordan nyhetsmediene anvender KI, samt tilhørende bruksområder, retningslinjer og utfordringer. Intervjuets semistrukturerte karakter går ut på at intervjuets tema er forhåndsdefinert og at en intervjuguide er utformet på forhånd, men med rom for å følge opp innspill underveis i intervjuet (Østbye et al., 2013, s. 105).

Dybdeintervju gjør det mulig for meg som forsker å tre inn i informantenes livsverden, tett knyttet til den redaksjonelle sfæren. Med et ønske om å komme til kjernen i informantenes refleksjoner og erfaringer, anser jeg dybdeintervjuer som en mer aktuell datagenereringsmetode enn både fokuserte intervju og fokusgrupper. Kunstig intelligens er for mange en «ny» teknologi, så der hvor fokuserte intervju kan bli for korte og forhastede, og hvor fokusgrupper kan medføre misfarging av informantenes refleksjoner som et resultat av sosiale dynamikker, vil dybdeintervju gjøre det mulig å grave i hver enkelt informant sine drøftinger, holdninger og meninger.

4.2 Utvalg og rekruttering

Forskningsprosjektets informantutvalg er hva Tjora (2021) omtaler som *strategisk*; hvilket går ut på at informantene er strategisk utvalgt og er blitt kontaktet med bakgrunn i deres evne til å uttale seg og reflektere rundt et gitt tema (s. 145). I relasjon til mitt forskningsprosjekt betyr dette at informantene vil være i stand til å kunne svare reflektert på spørsmål som omhandler kunstig intelligens i nyhetsproduksjon. For å sikre et strategisk utvalg av slik karakter, var et av mine kriterier for informantene at de har en deltagende redaksjonell rolle i nyhetsproduksjon, i form av eksempelvis å være redaktør, journalist eller utvikler.

I rekrutteringsprosessen kontaktet jeg først bekjente jeg vet har tilknytning til journalistisk arbeid i form av enten fast ansettelse eller verv, med ønske og formål om å komme i kontakt med andre relevante individer i besittelse av verdifull innsikt. Videre kontaktet jeg direkte redaktører og journalister hos Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag via e-post og forhørte meg om både eventuell interesse for å delta i mitt forskningsprosjekt, samt om de hadde forslag til andre individer jeg burde forsøke å kontakte. For å avgrense og sikre oppgavens gjennomførbarhet har jeg forholdt meg til informanter fra Trondheimsområdet, med hovedvekt på informanter fra Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag for å sikre redaksjonell innsikt, hvilket ytterligere er blitt supplert av informanter med tilhørighet til andre redaksjoner for å sikre bredde i svar. Jeg var i utgangspunktet forberedt på å bruke mer tid og energi i rekrutteringsprosessen, men ble positivt overasket over informantenes umiddelbare villighet til å både stille til intervju og å komme med forslag til andre informanter. Jeg antar at dette trolig skyldes at tematikken «kunstig intelligens» og tilhørende teknologi er nokså ny i nyhetsbildet, slik at både redaksjonene og informantene selv er interessert i mer forskning på området.

Et forskningsprosjekt med tilhørende oppgave på mastergrad-nivå, vil ved bruk av dybdeintervju ifølge Tjora (2021) ha behov for 8-15 intervju (s. 158). Jeg har i mitt forskningsprosjekt gjennomført 9 intervju med 10 forskjellige informanter. Differansen mellom antall intervju og antall informanter er et resultat av uforutsette hendelser underveis i forskningsprosjektet. Rett før ett av intervjuene ble jeg spurt av den respektive informanten om jeg hadde interesse av å snakke med en ekstra informant. Den «ekstra» informanten det gjaldt hadde jeg allerede forsøkt å kontakte, men hadde på daværende tidspunkt enda ikke fått svar. Jeg svarte så klart ja, og spurte ytterligere om det var mulig å gjennomføre intervjuene hver for seg, eller om informantene ønsket å gjennomføre intervjuet sammen. Begge informantene var

enstemmige om å gjennomføre intervjuet sammen, som et resultat av en travel arbeidshverdag, og at de så verdi i å kunne utfylle hverandres svar ved behov. Jeg var opptatt av å ivareta en komfortabel setting for informantene, og godtok informantenes ønske om å gjennomføre intervju sammen. Allerede etter seks intervju opplevde jeg en metning i informantenes svar og refleksjoner, og valgte etter 9 intervju (10 informanter) å avslutte datainnsamlingen da jeg hadde sikret variasjon og bredde i informantutvalget.

Alle informantene som ville stille til intervju ble i forkant tilsendt et samtykkeskjema (vedlegg 1), med formål å ytterligere informere informantene om prosjektets formål, tematikk og hva det vil si å delta i forskningsprosjektet. Informantene ble informert om at jeg ville medbringe det samme samtykkeskjemaet i papirform til intervju, for å bekrefte informantens samtykke ved bruk av deres signatur. Hensikten med å sende samtykkeskjemaet i forkant, var for å gi informantene muligheten til å gjøre seg kjent med innholdet på egen hånd, uten forstyrrelser og opplevd press som følge av min fysiske tilstedeværelse.

Med hensikt å anonymisere informantene er de blitt tildelt pseudonymer i form av vanlige navn, etterfulgt av forkortelsen til redaksjonen vedkommende jobber for. Det er viktig å understreke at informantene i utgangspunktet har gitt sitt samtykke til å bare anonymiseres dersom de selv ønsker det. Ingen av informantene har ytret ønske om å anonymiseres, noe som gjenspeiles i enkelte informanters svar underveis i intervjuet: «*Vi journalister er jo ikke anonyme, og det er en grunn til det også. Vi legitimerer oss selv ved å være ansvarlige*» (Johanne Adr). Anonymiseringen er et resultat av min egen vurdering som forsker, og er ikke ment å garantere anonymitet – noe som for øvrig er vanskelig ved min anvendelse av *identitetsindikatorer* i form av arbeidssted og stilling (Tjora, 2021, s. 191). Pseudonymene har snarere som formål å sikre at informasjonen informantene deler kommer frem, at nyhetsredaksjonen det gjelder synliggjøres, og å øke oppgavens lesbarhet underveis.

Modell 1 gir en oversikt over oppgavens informanter, stillingstittel, arbeidsplass og ansettelsestype. Informanter med forbokstav «R» har stilling som «redaktør», informanter med forbokstav «J» er journalister, og informanter med forbokstav «U» jobber som utvikler. Fornavnene etterfølges av informantens redaksjonelle tilhørighet, forkortet til tre bokstaver: «Adr» = Adresseavisen, «Nid» = Nidaros, «Nr» = NRK Trøndelag, «Alt» = Altinget, «Agd» = Agderposten, og «Uni» = Universitetsavisa.

Modell 1. Oversikt over Informanter

Navn:	Stilling:	Arbeidsplass:	Fast/Deltid:
Runar Adr	Utviklingsredaktør	Adresseavisen	Fast
Jens Adr	Journalist	Adresseavisen	Fast
Ulrik Adr	Utvikler i redaksjonen	Adresseavisen	Fast
Johanne Adr	Journalist & Student	Adresseavisen	Deltid
Ruben Nid	Ansvarlig Redaktør	Nidaros	Fast
Jørgen Nid	Journalist	Nidaros	Fast
Roald Nrø	Redaksjonssjef Digital Utvikling	NRK Trøndelag	Fast
Jonas Alt	Journalist, Klimaredaktør & Student	Altinget	Deltid
Jesper Agd	Journalist & Student	Agderposten	Deltid
Julie Uni	Journalist & Student	Universitetsavisa	Deltid

4.3 Datainnsamling og intervjuguide

Før selve datainnsamlingen, altså intervjuene, utformet jeg en intervjuguide (vedlegg 2), funksjonelt som et strukturerende verktøy ved gjennomførelsen av intervju (Tjora, 2021, s. 167). Intervjuguiden er delt opp i tematiske seksjoner, hvor det tidlig i intervjuet stilles mer generelle spørsmål rundt informantens liv og inkluderingsgrad i nyhetsbildet, før det senere i intervjuet stilles mer utfordrende, krevende og drøftende spørsmål når informanten har fått tid til å engasjere seg i samtalen og tematikken. Intervjuguiden har ved hjelp av relevant forskningslitteratur blitt delt opp følgende seksjoner: 1) Introduksjon, 2) Generelt, 3) Teknologisk utvikling og implementering (Generell bruk), 4) Journalistisk pålitelighet, 5) Evaluering, justering og opplæring, 6) Bruker/Leserinvolvering, 7) Etske og samfunnsmessige implikasjoner, 8) Fremtidsperspektiver og 9) Avsluttende bemerkninger. Oppdelingen gir både meg som intervjuer, og informant som intervjuobjekt, muligheten til å holde orden på mange spørsmål (Tjora, 2021, s. 171).

I forkant av selve intervjuene sørget jeg for å opprettholde en normal dialog med informantene, hvor både jeg som forsker og informanten helt enkelt kunne få et inntrykk av hverandre før vi begge hoppet inn i intervjusituasjonen. «Å ha tid til å snakke litt vidt til å begynne med» er ifølge Tjora (2021) essensielt i begynnelsen av intervju for å understreke en avslappet stemning, samtidig som det gir informanten mulighet til å fange opp hva forskeren er ute etter (s. 130). Jeg var opptatt av å tidlig uttrykke takknemlighet ovenfor informantenes villighet til å stille til

intervju, og å gjenta sentrale deler av informasjonsskrivet: som forskningsprosjektets formål, tiltenkt intervju-varighet, at det ville benyttes lydopptak under intervjuet og at enhver informant når som helst kan trekke seg fra undersøkelsen. I tråd med Tjoras (2021) formuleringer om dybdeintervjuets struktur utgjorde pre-intervjuets samtale kombinert med seksjon 1-2 av intervjuguiden seg funksjonell som *oppvarming* for å skape en trygghet. Seksjon 3-8 utgjorde derav den *reflekterende* kjernen av intervjuet hvor informanten kan gå i dybden. Til sist gjorde seksjon 9 seg funksjonell som intervjuets *avrundende* del for å normalisere situasjonen mellom intervjuer og informant (Tjora, 2021, s. 150-160).

Det er viktig å understreke at intervjuguiden er ment å fungere nettopp slik ordet tilsier, som en veiledende *guide* og ikke en fast og urokkelig intervju-mal. Dette med formål om å muliggjøre utforskningen av relevante og interessante aspekter ved informantenes svar. Jeg var i intervjuene også opptatt av å la informantene fullføre egne resonnement og snakke ferdig, som resulterte i at spørsmål som enda ikke var blitt stilt, ble besvart. Dette gjorde det nødvendig å omstrukturere deler av intervjuene fortløpende for å ikke ødelegge intervjuets flyt. Jeg opplevde selv at enkelte informanter kunne «snakke seg gjennom hele intervjuguiden for egen maskin», hvorav andre i større grad hadde behov for direkte og konkrete oppfølgingsspørsmål (Tjora, 2021, s. 160). De fleste intervjuene hadde en varighet på 40-50 minutter, hvor det korteste intervjuet hadde varighet på 34 minutter, og det lengste på 55 minutter. Variasjon i tidsbruk skyldes variasjon i informantenes refleksjoner og svarlengde, så vel som nødvendige omstruktureringer underveis.

Før gjennomførelse av første intervju benyttet jeg meg ikke av testintervju, et resultat av prioriteringer og tilfeldigheter. I min dialog med informantene la jeg stor vekt på at både tid og sted skulle passe informantene, med et ønske om å sikre og ivareta en avslappet og trygg stemning; slik at informantene i større grad evner å reflektere over egne svar (Tjora, 2021, s. 127 & 137). Ett par av informantene ønsket å gjennomføre intervju tidligere enn antatt – jeg valgte derfor å prioritere utformingen av min intervjuguide fremfor testintervju. Av de 9 intervjuene med 10 informanter ble 5 intervju avholdt på informantenes arbeidsplass, og 4 ble avholdt på NTNU Dragvoll; alt etter informantenes egne ønsker. Til tross for at jeg ikke gjennomførte testintervju var jeg trygg på intervjuguidens kvalitet, da jeg i samarbeid med medstudenter og veileder gjennomførte tilbakemeldingsrunder for å synliggjøre potensielle svakheter og behov for endringer.

Tjora (2021) understreker hvordan forskeren i en intervjusetting befinner seg i en godt planlagt situasjon, hvorav informantene gjerne er mindre forberedte, og befinner seg i en uvant situasjon (s. 131). Jeg anser ikke dette som like gjeldende underveis i min datainnsamling, da mine informanter i høy grad er bestående av journalister og redaktører som har god og bred erfaring med intervju, da særlig fra den utspørrende siden – sannsynligvis i større grad enn meg som forsker på mastergrad-nivå. Dette uttalte også flere av informantene seg om, at de hadde god trening i å vite hva en intervjuer egentlig er ute etter, og dermed svarer deretter. Jeg opplevde også å få tilbakemeldinger av flere av informantene at jeg stilte gode og interessante oppfølgingsspørsmål underveis – som trolig skyldes et godt forarbeid, noe Østbye et al. (2013) understreker er viktig, særlig ved intervju av informanter som selv er vant til å intervjuer (s. 106). I tillegg inntok jeg en mer naiv posisjon under intervjuene for å sikre en naturlig oppfølging av informantenes refleksjoner, selv om enkelte aspekter i utgangspunktet kunne fremstå som trivielle. Dette sikret min rolle som aktiv lytter (Østbye et al., 2013, s. 107).

Jeg merket at jeg etter et par intervju i større grad evnet å «løsrive» meg fra intervjuguiden og var mer til stede under intervjuet, noe Tjora (2021) understreker er vanlig for forskere, særlig blant studenter som gjennomfører intervjuer (s. 172). Jeg ville antakeligvis, dersom jeg skulle gjennomført intervjuene om igjen med bedre forberedelsestid, i større grad prioritert testintervju, for å sikre slik løsrivelse så tidlig som mulig. Jeg har benyttet meg av lydopptak under intervjuene, for å sikre at all informasjon som formidles ikke forsvinner. Tryggheten av å vite at informasjon som formidles ikke går tapt som følge av dårlig noteringsarbeid eller begrenset hukommelse bidro til at jeg i større grad evnet å konsentrere meg om selve samtalen og intervjuet.

4.4 Behandling av data

Til opptak av intervjuene har jeg benyttet «Nettskjema» og appen «Nettskjema-Diktafon», som automatisk transkriberer intervjuene (Universitetet i Oslo, 2023). «Nettskjema» fungerer på den måten at en benytter mobiltelefon og appen «Nettskjema-Diktafon» som en båndopptaker. Intervjuopptakene lagres ikke lokalt på mobiltelefonen, men oversendes til «Nettskjema» - og en er derfor nødt til å logge inn via nettleser for å få tilgang til intervjuopptakene (Universitetet i Oslo, 2023). Intervjuene transkriberes automatisk inne i «Nettskjema». Dette ga imidlertid svært varierte resultater avhengig av bakgrunnsstøy og informantens dialekter, alle intervjuetranskripsjonene er derfor manuelt kontrollert og rettet opp. Det manuelle

kontrollarbeidet ble påbegynt imellom intervjuene, med formål om å sikre og minnes *stemningen* i intervjuene, som ytterligere gjorde det mulig for meg å leve meg inn i situasjonen på nytt og forsterke koblingen mellom informantenes kroppsspråk og uttrykk (Tjora, 2021, s. 186-187). Alle intervjuene er transkribert om til bokmål, foruten særegne dialektord og engelske uttrykk. Alle intervjuopptakene slettes automatisk via «Nettskjema» etter prosjektets slutt (Universitetet i Oslo, 2023).

Intervjuene resulterte i sin helhet i 140 sider med transkripsjoner, som videre er blitt bearbeidet ned til totalt 47 sider intervjusammendrag – hvert enkelt intervju, på ett sted mellom 12-23 sider er blitt bearbeidet ned til 3-6 siders intervjusammendrag. Dette med hensikt i å transformere «uhåndterbar» råtekst til mer overkommelige og bearbeidelige sammendrag. Sammendragene er delt opp ved hjelp av tematiske overskrifter, hvor hovedinnhold fra hvert intervju, under hvert enkelt tema oppsummeres. De tematiske overskriftene er de samme som i intervjuguiden. Oppsummeringene og hovedpoenger er blitt supplert av sitater jeg anser som representative for innholdet, med henvisninger til opprinnelige transkripsjoner for å enkelt kunne etter-kontrollere innholdet ved behov. Da intervju kun gir utsagnsbasert-empiri å jobbe med er det essensielt at jeg som forsker vurderer hvorvidt datamaterialet faktisk representerer det informantene mener. Informantenes evne til å reflektere og deres seriøsitet gjør meg trygg på at datamaterialet faktisk representerer deres sanne meninger.

Intervjusammendragene og de tematiske overskriftene er blitt benyttet som utgangspunkt for oppgavens analyse, som er delt inn i tre kapitler. Kapittel 5 presenterer KI-bruksområder i nyhetsproduksjon, slik det lyder av informantene, kapittel 6 viser behovet for retningslinjer knyttet til bruk av KI, og til sist viser kapittel 7 hvilken påvirkning KI har på journalistikkens autonomi og omdømme.

4.5 Ethiske vurderinger

Ved bruk av intervju i forskning knyttes etiske hensyn i stor grad til presentasjonen av selve dataen, gjerne i form av anonymisering så vel som selve gjennomførelsen av intervjuene (Tjora, 2021, s. 187). Forskningsetikken er dernest opptatt av at informanter ikke skal komme til skade i forbindelse med intervju, særlig med tanke på følsomme tema og ubehag (Tjora, 2021, s. 187). Hverken tematikken eller spørsmålene knyttet til mitt forskningsprosjekt er å anse som nære

eller personlige – i tillegg har jeg lagt stor vekt på å ikke spore av fra tema underveis i intervjuene.

Som redegjort for i kapittel 4.2 er informantene anonymisert ved hjelp av pseudonymer, og det er blitt lagt stor vekt på å gjennomføre intervju på informantenes premisser; i form av tid og sted. Likevel, basert på anonymiserings-metodikken jeg har anvendt, er det nærliggende å tro at spesielt interesserte kan være i stand til å avsløre hvem informantene er. Dette anser jeg imidlertid ikke som et problem da informantene har gitt sitt samtykke til ikke-anonymisering, hvorav jeg som forsker likevel har valgt å anonymisere. Det er viktig å understreke at informantene ikke kun snakker på vegne av seg selv, men også redaksjonen de jobber for. Informantene er derfor blitt tilbudt innsyn i den ferdige analysen i form av sitatsjekk, hvor de har muligheten til å kontrollere og godkjenne anvendte sitater (Tjora, 2021, s. 191).

Informantene har ytterligere hatt muligheten til å kunne trekke seg fra undersøkelsen når som helst, og «Nettskjema» er blitt anvendt for å sikre at lydopptak ikke kommer på avveie samt automatisk slettes etter endt prosjekt. Det er også essensielt å understreke at forskningsprosjektet er blitt godkjent av Kunnskapssektorens tjenesteleverandør (Sikt) i forkant av intervjuene.

4.6 Pålitelighet, gyldighet og generaliserbarhet

I kvalitativ forskning er det særlig tre kvalitetskriterier som benyttes for å vurdere forskningsarbeidets kvalitet, nemlig pålitelighet (reliabilitet), gyldighet (validitet) og generaliserbarhet (Tjora, 2021, s. 259).

Pålitelighet (reliabilitet) viser i kvalitativ forskning til forskerens refleksjon over hvordan datainnsamlingen er blitt gjort (Ringdal, 2018, s. 247). Det handler om at forskningen skal ha en indre logikk og sammenheng mellom prosjektets utforming og dets funn (Tjora, 2021, s. 260). Hvilket gjør det essensielt å vurdere min egen rolle som forsker og min tilknytning til forskningstematikken. Jeg har hatt privilegiet å vokse opp med rask teknologiutvikling på en rekke områder, og har vært vitne til store transformasjoner innen datateknologi, mobiltelefonens overgang til smart-versjonen, hatt tilgang til enorme mengder informasjon og nyheter og så klart bevitnet inntoget av kunstig intelligens i det daglige. Jeg har vært bevisst på at et slikt bakgrunnsteppe kan ha formet min innfallsvinkel til forskningsarbeidet. Likevel vil

jeg argumentere for at min iboende teknologiske interesse har vært en positiv bidragsfaktor, hvilket har gjort meg kapabel til å forstå teorier om sosial forming av teknologi og domestisering, så vel som informantenes refleksjoner i tråd med spørsmål jeg har utformet. Dette til tross, har jeg forsøkt å legge vekk min egen forståelse av teknologien i selve tolkningen av informantenes forståelse. Dette gjør at dersom forskningsprosjektet skulle blitt gjennomført på nytt av en annen forsker, så ville det samme utvalget sannsynligvis gi tilsvarende resultater. Det er imidlertid viktig å være bevisst på at intervju er situerte handlinger som tilhører den spesifikke situasjonen det er blitt gjort i (Tjora, 2021, s. 193). Et nytt intervju, på et nytt sted, med en ny forsker ville derfor ha påvirket informantenes formuleringer. Jeg vil uansett argumentere for at oppgavens pålitelighet er god.

Gyldighet (validitet) knyttes til spørsmålet om hvorvidt forskningens funn faktisk er svar på de spørsmålene en har stilt (Tjora, 2021, s. 160). Forskningsprosjektets problemstilling er utformet med utgangspunkt i tidligere forskning, supplert av min egen faglige utdanningsbakgrunn. Dette har resultert i en kvalitativ tilnærming, da jeg ønsker å undersøke *hvordan* nyhetsmedier har tatt i bruk kunstig intelligens. Tidligere forskning benyttes ytterligere for å vurdere hvorvidt oppgavens funn styrker eller svekker tidligere resultater, altså hvorvidt det strider med annen forskning. Da jeg anser min forståelse av det teoretiske rammeverket som god, den anvendte og utformede intervjuguiden som god, samt analysens tolkninger ut fra dets bakgrunnsteg som oppriktig; oppfatter jeg derfor oppgavens gyldighet som god.

Generaliserbarhet baserer seg på hvorvidt forskningens funn er overførbare til andre situasjoner og steder (Ringdal, 2018, s. 247), nemlig hvorvidt funn kan *generaliseres*, som er et av målene med samfunnsforskning (Tjora, 2021, s. 267). Til tross for at forskningsprosjektets utvalg består av varierte informanter fra ulike redaksjoner i ulike stillinger, er utvalget fortsatt i hovedsak begrenset til Trondheimsområdet. Det er derfor nærliggende å si at bruksområder hos andre nyhetsmedier ikke er blitt kartlagt. Jeg vil dog argumentere for at oppgavens funn, slik utarbeidet av innhentet empirisk materiale likevel har en grad av generaliserbarhet. Informantene, bestående av redaktører, journalister og en utvikler trekker egne linjer i sine egne uttalelser til andre nyhetsmedier som VG, Aftenposten og Bergens Tidende for å nevne noen få. Det poengteres at informantene er av den oppfatning at andre nyhetsmedier er på tilsvarende stadier, og funn fra mitt forskningsprosjekt gjør seg derfor som et minimum gjeldende som en indikator blant andre norske mediehus; forskningsarbeidet peker derav mot moderat generalisering (Tjora, 2021, s. 268).

5. Bruksområder

Jeg vil i dette kapittelet redegjøre for kunstig intelligens og teknologiens bruksområder for nyhetsmedier, slik det kommer frem av informantene. Jeg vil legge frem hvordan informantene anvender KI som verktøy i dag, hvorfor de benytter den slik de gjør og eventuelle tanker om fremtidig bruk av KI. Ifølge informantene er det særlig tre bruksområder som gjør seg gjeldende ved bruk av KI i nyhetsproduksjon: 1) automatisering og effektivisering, 2) predikering og personalisering, og til sist 3) overvåking.

5.1 Automatisere og effektivisere

Å benytte kunstig intelligens for å automatisere og effektivisere arbeidsoppgaver er ifølge samtlige av informantene KI-teknologiens klart største fordel. Automatisering og effektivisering av eksisterende arbeidsoppgaver er hensiktsmessig for å frigjøre tid, og Runar Adr sier «det kan forenkle prosesser som gjør at jeg får bedre tid til å jobbe med andre ting som er viktigere for meg i hverdagen.». Utsagnet illustrerer hvordan ønsket om å automatisere og effektivisere arbeidsprosesser handler om å frigjøre ressurser og tid – helt i tråd med hva Chan-Olmsted (2019) omtaler som medienes grunnleggende ønske, å redusere det menneskelige behovet i gjennomførelsen av ineffektive og repetitive arbeidsoppgaver (s. 211). Delvis eller full automatisering som et direkte resultat av KI kan gi journalister og andre redaksjonelle medarbeidere mer tid og ressurser til mer kreativt utfordrende arbeid (Hansen et al., 2017, s. 11; Pashevich, 2018, s. 3):

Det har gitt oss mange muligheter på å se på hva vi gjør i dag som er statisk eller gjentakende, som ikke tilfører journalistikken noe. Hvordan kan vi slutte å gjøre det, eller få maskiner til å gjøre det, sånn at vi kan bruke mer tid igjen på å drive med journalistikk. – Runar Adr.

Det er et gjentakende ønske blant flere av informantene at arbeidsprosessen endres, slik at redaksjonelle medarbeidere kan bruke mer tid på det faktiske journalistiske innholdet som presenteres for leserne. Runar Adr forteller at kunstig intelligens for Adresseavisen har synliggjort hvordan statiske eller gjentakende arbeidsoppgaver kan automatiseres, helt i tråd med Chan-Olmsted (2019) og Pashevich (2018). Automatisering av arbeidsoppgaver er for nyhetsmedier verdifullt, da det kan føre til voldsomme tidsbesparelser:

Det er klart at setter du en journalist på et gigantisk datamateriale og gir beskjed om at her skal du finne sammenhengene - de bruker jo en uke på det, kanskje to, kanskje mer. Mens kunstig intelligens vil kanskje bruke 30 sekunder, så har du funnet ut det du egentlig kunne brukt. – Ruben Nid.

Ruben Nid forteller direkte hvordan enorme tidsbesparelser som et direkte resultat av kunstig intelligens plutselig er en reell mulighet, og innebærer drastiske omveltninger av eksisterende arbeidsprosesser. Å anvende teknologien handler om å automatisere manuelt arbeid som i seg selv har lite journalistisk verdi, og derav effektivisere journalistiske arbeidsprosesser:

Så jeg tenker at KI har kanskje i hovedsak for NRK en rolle der, og gjør sånn at vi slipper en del manuelle oppgaver, som ellers er veldig kjedelige, og som ikke er viktige for publikum. Så kanskje kan vi få mer tid til å jobbe med viktig journalistikk for publikum. – Roald Nrk.

I relasjon til *kjedelige manuelle oppgaver* av lite journalistisk verdi peker Runar Adr, Jens Adr og Roald Nrk spesielt på manuelt transkriberingsarbeid. Transkribering er en svært tidkrevende manuell prosess, og i relasjon til bruk av KI sier Roald Nrk at «transkribering bruker vi det veldig mye til, og det ser vi på som en enorm effektivisering av vår arbeidsflyt». Det er likevel viktig å understreke at til tross for nyhetsmedienes ønske om å effektivisere arbeidsflyten ved å automatisere arbeidsoppgaver, så er det ifølge informantene mest hensiktsmessig å kombinere manuelt journalistisk arbeid med KI for å frigjøre tid og ressurser, ikke å skulle erstatte det helt. Et slikt interaktivt samarbeid mellom maskiner og mennesker kan minne om det Trujillo et al. (2019) omtaler som *maskinelle lagkamerater*:

Man blir sliten etter en lang arbeidsdag, og det er mange kjedelige saker. Så da er det gøy å bare kunne plotte litt inn og ha noen å sparre med på kontoret. – Julie Uni.

Julie Uni understreker med sitt utsagn at kunstig intelligens ikke utelukkende er funksjonell for redaksjonell ressursfrigjøring, men også i form av journalistisk ressurs og energisparing – da KI for journalisten selv er nyttig som en egen sparringspartner:

5.1.1 Journalistisk brainstorming

I likhet med hva Julie Uni sier, er kunstig intelligens ifølge Roald Nrk «en veldig fin del av den kreative prosessen, du kan få brainstormet litt.». Anantrasirichai og Bull (2021) spår at kunstig intelligens i kreative industrier vil bli anvendt som et kreativt verktøy og samarbeidsassistent i produksjon, etterproduksjon og levering av kreativt innhold (s. 639), hvilket gjenspeiles i Julie Uni og Roald Nrk sine tanker rundt anvendt KI. Flere av de andre informantene trekker også frem andre eksempler rundt egen bruk av KI i relasjon til deres journalistiske arbeid:

Det kan for eksempel være om man skal generere forslag til titler eller lignende, så er det en fin måte å bruke det på. - Johanne Adr.

Vi pleier jo ofte å lenke saker som er relevante til saker vi skriver. Det kan hende at KI kan være bedre på å lete opp sånne saker enn vi er selv. – Jonas Alt.

Johanne Adr og Jonas Alt forteller hvordan kunstig intelligens for dem både er og kan være et funksjonelt verktøy for deres kreativitet, i form av å bistå med tittelforslag og å lenke til relevante saker. KI ser på denne måten ut til å fungere som en interaktiv samarbeidsassistent i samhandling med journalistenes produksjonsprosess:

Ja, rett og slett et oppslagsverk. For det er mye lettere å bare spørre «hva er dette» enn å gå inn på Google og søke. Det kutter tid, og det kutter tid som jeg kan bruke på å få ut saker raskere. – Jesper Agd

Det er et oversettelsesverktøy, det er en ordbok på en måte. For min del er det ganske spesielt det her med synonymer, så teksten på en måte blir mer gøy å lese, artiklene får liksom et mer variert språk da. – Julie Uni

Jesper Agd forteller ytterligere hvordan kunstig intelligens gjør det mulig å kutte ned produksjonstiden og dermed kan levere nyhetsproduktet til leserne raskere. Journalisters fokus på å publisere innhold raskt gjenspeiles i Himm-Kadakas (2017) sitt utsagn, hvor innhold som publiseres raskt går på bekostning av kildevurdering og fakta sjekking – hvilket jeg vil komme tilbake til i kapittel 7. Julie Uni benytter KI i større grad som et oversettelsesverktøy og en synonymordbok som del av hennes egen kreative prosess. Det er viktig å understreke at

eksempler rundt journalisters bruk av kunstig intelligens i denne sammenhengen ikke dreier seg om interne verktøy, men heller offentlig tilgjengelige verktøy, slik som eksempelvis ChatGPT; en kunstig intelligens-basert tjeneste tilgjengelig via internett (OpenAI, 2024b).

5.1.2 Kodebasert journalistikk

Anantrasirichai og Bull (2021) sin spådom, hvor KI blir et kreativt verktøy, strekker seg forbi produksjon, etterproduksjon og levering av innhold slik de formulerer seg – og gjør seg også gjeldende for det journalistiske forarbeidet (forstått som pre-produksjon). Som et resultat av nåtidens høyteknologiske karakter er journalister i større grad avhengige av digitale data, som må analyseres og tolkes (Dodds et al., 2024, s. 16). Dodds et al. (2024) hevder at medieorganisasjoner ansetter og trener dataanalytikere som kan jobbe side om side med journalister for å analysere og gjøre mening av store datasett (s. 4). I likhet med Gaikwad (2024) sine formuleringer rundt *datajournalistikk*, forteller informantene hvordan kunstig intelligens gjør det mulig for journalister å gjennomføre det analytiske forarbeidet på egenhånd:

Hvis du ikke kan Excel, så kan du likevel få ChatGPT til å strukturere den dataen for deg selv om du ikke kan formler. – Runar Adr.

Selv om Runar Adr peker mot bruk av Excel for å strukturere data, er det imidlertid ikke bare ved bruk av eksisterende programmer KI gjør seg nyttig ved journalistisk dataanalyse. Kunstig intelligens gir journalister muligheten til å benytte seg av ny og «egenskrevet» kode i det journalistisk forarbeidet, helt uten å inneha tidligere programmeringskunnskaper:

Jeg bruker det primært fordi jeg ikke kan kode, så er det genialt med generativ KI. Da kan jeg skrive pythonscript, jeg kan gjøre om filtyper, hvis jeg trenger en JSON eller et eller annet, kartfil, så kan jeg fikse det. Hvis det er en ekstremt avansert Excel-formel, for eksempel, så kan jeg finne ut av det med å bruke språk, og det er jo kjempekraftig.– Jørgen Nid.

Jørgen Nid sier at KI-teknologi har gjort at han i sitt eget arbeid har «begynt å tenke mer kode», som et direkte resultat av kunstig intelligens. Mulighetene KI tilbyr Jørgen påvirker på denne måten hans journalistiske arbeid direkte, samt hvilke prosjekter han selv anser som gjennomførbare. Kodebasert journalistikk er imidlertid ikke noe nytt – plattformen «GitHub»,

som en av de mest populære plattformene for deling og utvikling av åpen kildekode, blir ifølge Dodds et al. (2024) anvendt av journalister med programmeringsferdigheter verden over som et direkte resultat av behovet for å analysere store mengder digitale data (s. 3). GitHub anvendes på denne måten som en slags *bytteplattform* (trading platform) hvor kode deles på tvers av medieorganisasjoner, men journalister uten programmeringsferdigheter ekskluderes fra denne kode-utviklingen (Dodds et al., 2024, s. 3-4). Kunstig intelligens i nyhetsmediene gjør det imidlertid mulig for journalister uten slike ferdigheter å henge mer med i denne utviklingen, og å drive med analyser av store datasett og gjennomføre kode-baserte undersøkelser helt på egenhånd:

Da ba vi ChatGPT om å skrive en, det var jo egentlig ikke bruk av kunstig intelligens til noe annet enn å skrive koden til det, men da programmerte den en måte for oss å skille nynorsk og bokmål, slik at vi kunne raskt analysere masse poster på instagram, «hvor stor ny-norsk prosent har vi på denne kanalen?». – Roald Nrk.

Roald Nrk synes dette samspillet mellom mennesker og kunstig intelligens er interessant. Han påpeker at dersom en vet sine behov, så kan KI benyttes for å skrive den nødvendige koden – slik illustrert ved NRK Trøndelags analyse av nynorsk-prosent på deres instagram kanal. Han understreker imidlertid at koden sannsynligvis må justeres noe på egenhånd før den er treffsikker nok, men at også dette er mye lettere ved bruk av KI. Jørgen Nid og Runar Adr forteller hvordan KI gjør det mulig å programmere, vaske data og strukturere store datasett ved hjelp av «skriftspråk», hvor en før var avhengig av kode-kunnskaper. I likhet med hvordan Gaikwad (2024) ser på datajournalistikk som en transformativ kraft i moderne journalistikk, som endrer hvordan nyheter samles, analyseres og presenteres (s. 3) – så posisjonerer KI seg som en transformativ kraft ved å endre hvordan nyheter samles inn, analyseres og presenteres.

5.1.3 «Saken oppsummert»

Informantene henviser alle til «saken oppsummert», «oppsummert på 1-2-3», «oppsummerings-boks», «kortversjonen» og lignende i sin omtale av hvordan kunstig intelligens anvendes blant nyhetsmedier. Det informantene viser til er KI-genererte oppsummeringsbokser som finnes øverst blant en rekke nyhetssaker hos ulike nyhetsmedier på nett. Oppsummeringsboksene – som jeg fra nå av vil omtale som *saken oppsummert* – har som hensikt å kort presentere innholdet av en nyhetssak til leseren:

Vi bruker det jo aktivt i artikler på nrk.no for å oppsummere artikkelen tidlig. Og det har egentlig vært et forsøk fra flere mediehus i Norge på å gi folk en kjapp oppsummering av saken, helt øverst i brødtekst, som skal både gi kontekst og forklaring av sakens hovedelementer. – Roald Nrk.

Å oppsummere nyhetssaker tidlig for leseren er blant nyhetsmediene en populær måte å anvende kunstig intelligens. Til tross for at flere av informantene omtaler tjenesten som noe *alle* nyhetsmedier har, så er det greit å understreke at dette ikke gjelder for Nidaros, som hittil bare har kjørt noen interne tester av tjenesten:

Ja sånn som VG har og vi har, alle har det jo egentlig, den der kortversjonen av saken. – Ulrik Adr.

Som alle andre har vi tatt i bruk oppsummert på 1-2-3. – Runar Adr.

Roald Nrk omtaler det han kaller for «Teksthjelperen» som utgangspunktet for NRK Trøndelag sin saken oppsummert-tjeneste. Teksthjelperen er et internt verktøy hvor en kan lime inn ren tekst eller url-en til interne nyhetssaker, som til gjengjeld komprimerer saksinnholdet til 6 hovedpunkter og produserer «tre tittelforslag på tre ulike parametere»: 3 saksrelevante tittelforslag, 3 søkeoptimaliserte tittelforslag og 3 korte tittelforslag. Runar Adr demonstrerte et tilsvarende verktøy som fungerer på tilsvarende måte – og verktøyene er i bunn og grunn det samme, men differensierer noe i sitt uttrykk da de er internt utviklede hjelpemidler.

Jens Adr forteller at saken oppsummert-tjenesten var ment å være en «alternativ tjeneste, slik at de som ikke leste hele saken fortsatt kunne være til dels opplyste og få med seg essensen» av nyhetssaken. Runar Adr, Roald Nrk og Jens Adr understreker alle at de forventet at tjenesten ville føre til redusert lesetid, da leserne presenteres for sakens innhold i en kortere formfaktor mye tidligere. Til tross for forventningene har tjenesten tvert imot økt lesetiden:

Vi ser at folk dobler tiden de er inne i artikler, og de som åpner boksen bruker altså dobbelt så lang tid, og vi ser at det når de yngre i større grad. Så det har vært et veldig vellykka prosjekt, som vi kommer til å fortsette med lenge. – Roald Nrk.

Der kan man jo si at det faktisk er mer engasjement, faktisk, som en direkte konsekvens. Og egentlig helt omvendt av hypotesen, som vi hadde tenkt. – Jens Adr.

Roald Nrk poengterer at et av prosjektets formål var å nå ut til yngre lesere i større grad, noe han sier de har lyktes med. At nyhetsmediene tilpasser seg de yngre ved å korte ned innholdet kan kanskje skyldes den vanlige antakelsen om at yngre mennesker har kortere oppmerksomhetsspenning, som følge av de er vokst opp med elektroniske medier og internettvideoer (Newman, 2010, s. 581). Uansett, så illustrerer Roald Nrk med dette hvordan nyhetsmediene tilpasser seg for å *fange* yngre lesere, helt i tråd med Klopčič et al. (2020). Saken oppsummert er ifølge informantene selv en suksess, og Jens Adr tror at tjenestens oppsummerende karakter gjør det mulig for lesere å henge oppmerksomheten fast i noe:

Det er noe som er en slags knagg å henge oppmerksomhet på, at du er liksom forberedt på hva det er, «nå får du dette». – Jens Adr.

Jens Adr forteller hvordan en oppsummering av nyhetsartikkelen gjør at leseren nærmest *leter* etter oppsummerings hovedpunkter i selve artikkelen, og på denne måten bruker lengre tid på å lese innholdet. På samme måte som hvordan en ved lesing av forskningsartikler og forskningslitteratur først leser et sammendrag (abstract) for å få innsikt i hva artikkelen handler om, før en nærmest *leter* etter det samme innholdet i hovedteksten. Slik viser saken oppsummert-tjenesten seg som en svært effektiv og funksjonell tjeneste, både for nyhetsmediene og for leserne; som et direkte resultat av bruk av kunstig intelligens.

5.2 Predikere og personalisere

Ifølge Ulrik Adr er kunstig intelligens i bunn og grunn bare «en prediksjonsmodell», hvor «å predikere» handler om å forutsi noe med utgangspunkt i sannsynlighetsberegninger. I relasjon til nyhetsmedier handler prediksjon derfor om å kunne forutsi sannsynligheten for at nyhetssaker er interessante for en gitt gruppe lesere. Automatisering av slike prediksjoner gjør det for nyhetsmedier mulig å personalisere nyhetsstrømmer og artikler, som er et svært effektivt verktøy for å fange lesernes oppmerksomhet (Hansen et al., 2017, s. 11-12). Dette er ikke et ukjent fenomen, og personalisering av slik karakter er mye brukt på sosiale medier. Runar Adr understreker imidlertid at personalisering av nyhetsinnhold ved hjelp av KI ikke er ment å fange leserne på samme måte som sosiale medier:

Vi kommer til å kjøre personalisert innhold, men da er det basert mer på bruksmønster av større grupperinger og interesser der. Også er det ganske enkle kriterier som brukes i dag, vi har ikke TikTok-algoritmer som kun optimaliseres for at du skal kun sitte å bli, ja, si fanget i loopen. – Runar Adr.

Det Runar Adr peker på er selve kjernen i mye av kritikken og skepsis rettet mot redaksjonelle algoritmer og algoritmestyrte forsider; antakelsen om at redaksjonelle nyhetsmedier i likhet med sosiale medier benytter bruksdata og selvforsterkende algoritmer (Borchgrevink-Brækhus, 2019, s. 2). Personalisering av nyheter innebærer en risiko for at forskjellige lesere ikke presenteres for de samme nyhetene (Hansen et al., 2017, s. 12), som betyr at individuelle lesere potensielt frarøves muligheten til å være opplyste om saker algoritmene mener de ikke interesserer seg for. Borchgrevink-Brækhus (2019) hevder at dette ikke stemmer – at hensikten med personaliserings-automatisering ikke er å erstatte frontsjefer og journalister, eller å algoritmisk bestemme hvilke saker lesere presenteres for, men snarere i hvilken rekkefølge lesere presenteres for de samme nyhetene (s. 3 & 14-15). En slik påstand gjenspeiles også blant mine informanter, hvor det i større grad er snakk om å personalisere rekkefølgen av nyhetssaker:

Så jeg tror at det nedover kommer til å bli mer og mer personalisering, jo lenger ned på fronten du kommer, og så blir du eksponert for saker som kunstig intelligens mener treffer deg. – Ruben Nid.

Vi har den regel i dag om at topp 10-sakene er manuelt styrt av vår frontsjef og journalistiske redaktører. Alle sammen får de sakene, uavhengig om det er du eller meg. Lenger ned kan det variere. Hvis du er veldig interessert i sport foran kultur, så kan du få flere sportssaker enn kultur. – Runar Adr.

Runar Adr forteller at Adresseavisen har en regel om at de 10 viktigste sakene alltid skal styres manuelt av menneskelige redaksjonelle medarbeidere, og at personalisering av fronter ikke handler om å gi lesere vilt forskjellige nyhetsstrømmer. Alle leserne skal nemlig presenteres for de samme viktige nyhetene, og *etter* disse kan det variere hva leserne presenteres for. Jens Adr understreker at nyhetsfrontene «aldri kommer til å bli 100% automatisert», med hovedformålet om å ivareta en menneskelig vurdering av hva som er viktige saker som alle lesere burde få

presentert. En slik form for kombinert redaksjonell vurdering og personalisering av forsidene har som hensikt å sikre at lesere informeres og opplyses om saker redaksjonen selv mener er samfunnsviktige, og nyhetssaker leseren selv synes er interessante:

Også er det så enkelt som at bruksmønsteret til folk er kjempeforskjellig. Noen er innom ti ganger i løpet av en dag, og noen er innom ti ganger i måneden. Da må vi sørge for at du får det som er journalistisk viktigst, og det du er interessert i innenfor det vi lager nyhet om. – Runar Adr.

Videre, i relasjon til personalisering av nyhetsinnhold trekker informantene frem andre interessante muligheter, som muliggjøres som direkte resultat av kunstig intelligens. I likhet med personalisering av fronter, er det her ikke snakk om *hva* leserne presenteres for, men *hvordan* lesere presenteres for det samme innholdet:

Det å bruke kunstig intelligens til å kunne si «den her teksten vil jeg ha en video av til sosiale medier, bruk bildene i teksten, lag en teaser på den», og å få frem nyheten gjennom en kort videosak, det å bruke det kan bli ganske spennende og ganske kult. – Ruben Nid.

Hvis du er veldig ung og heller vil ha det i TikTok-form enn i longread, så kan du få det. Og her tror vi at vi kan få mye mer hjelp av KI til å differensiere sluttproduktet vårt, selv om det ligger samme journalistikk i bunn. – Runar Adr.

Kunstig intelligens gjør det med andre ord mulig å tilpasse og justere innholdet slik at det passer lesernes foretrukne formfaktor, uten å nødvendigvis påvirke *hva* og selve *innholdet* som presenteres. Dette gjør at nyhetssaker potensielt sett kan nå ut til en rekke andre lesere som ikke benytter seg av tradisjonelle nyhetsmedier, samtidig som at eksisterende lesere kan konsumere nyhetsinnhold på andre måter. Ruben Nid og Runar Adr forteller direkte om muligheten til å tilpasse nyhetsinnholdet mot sosiale medier, og minner om det Klopčič et al. (2020) omtaler: at nyhetsmedier ønsker å *fange* yngre lesere, som konsumerer digitalt innhold på helt andre måter (s. 327). Det er viktig å understreke at dette per i dag ikke er noe som er i bruk, men flere av informantene ser for seg at slik bruk av kunstig intelligens kan være nyttig i fremtiden. Et kritisk element i journalistikkens digitale tidsalder og møte med kunstig intelligens, er å finne en god

balanse mellom personaliserte nyheter og nyhetsmediene som offentlige tjeneste (Hansen et al., 2017, s. 11).

5.3 Overvåke

Vær Varsom-plakaten er en felles oversikt over pressens etiske normer, og punkt 1.4 under «Pressens Samfunnsrolle» sier at det er «pressens rett å informere om det som skjer i samfunnet og avdekke kritikkverdige forhold.» (Pressens Faglige Utvalg, 2023). Utsagnet innebærer at nyhetsmedier og journalistikken i seg selv har et samfunnsoppdrag om å opplyse befolkningen, slik at de evner å ta bevisste valg og delta i samfunnsdebatten. I utførelsen av et slikt omfattende samfunnsoppdrag er mediene avhengige av å kunne *overvåke* det som skjer i samfunnet, og i journalistikken innebærer slik overvåkning mye manuelt arbeid:

Det er veldig mange journalister som refresher en nettside 500 ganger daglig for å sjekke om det har skjedd noe. – Ulrik Adr.

Ulrik Adr understreker at det allerede i dag er mulig å skrive kode som automatisk varsler journalister når det skjer endringer på nettsider, slik overvåkning omtales i dette tilfellet. En slik løsning er imidlertid svært upraktisk, og ikke minst unødvendig. Ulrik Adr påpeker at slike endringer ofte ikke har noen form for journalistisk verdi, og at det i slike tilfeller kan være nyttig å benytte seg av kunstig intelligens for å filtrere disse endringene og vurdere hvorvidt de er interessante:

Men du vil jo ikke ha 50 000 mailer hver dag heller, da kan du sette på en KI for å finne ut hva som er interessant. – Ulrik Adr.

Jens Adr forteller om et prosjekt Adresseavisen er en del av, hvor kunstig intelligens benyttes for å overvåke i form av å *skrape* (å samle data/informasjon) byggesaksmapper i ulike kommuner. Han understreker at KI-modellen fortsatt er i en *treningsfase*, men at hensikten på lang sikt er å kunne håndtere mye informasjon og finne gode nyhetssaker uten å aktivt måtte lete etter dem. Prosjektet går ut på at KI-modellen kategoriserer ulike byggesaksdokumenter som «veldig spennende» og «lite spennende», som kan effektivisere det journalistisk overvåkende arbeidet. Likevel er det noe skepsis knyttet til modellens treffsikkerhet. I likhet

med skepsis rettet mot algoritmisk personalisering av nyhetsinnhold, er det også her usikkerhet knyttet til algoritmiske feilprioriteringer:

Det gjør jo at vår samfunnsplikt til å informere befolkningen om viktige hendelser, og avdekke samfunnskritiske forhold, som vi alltid sier, den vil jo bli nedprioritert av KI'en. Hvordan kan vi da programmere KI'en til å forstå at dette er en viktig sak? – Johanne Adr.

Johanne Adr sier hun er bekymret for hvordan kunstig intelligens vil prioritere og tilegne ulike saker forskjellig nyhetsverdi. Jens Adr understreker imidlertid at KI-modellen ikke ene og alene vil bestemme hvorvidt de ulike byggesaksdokumentene har nyhetsverdi eller ikke. Han sier at løsningen for å sikre at KI-modellen i treningsprosessen evner å skjønne hva som er viktige og uviktige saker er å justere modellen basert på direkte tilbakemeldinger fra menneskelige og journalistiske eksperter:

I treningsprosessen blir de dokumentene da sendt ut til journalister som jobber med den type stoff, og så blir de bedt om å vurdere KI'ens vurdering av dokumentet. Og si at «vi er enige om at dette var en god sak», eller at «her har du bommet. Dette du mener er en sak, men det er ikke en sak,» og så blir det sendt tilbake. – Jens Adr.

Uten å ha gått mer inn på hvordan de tekniske detaljene for denne KI-modellen fungerer, er det likevel med utgangspunkt i Jens Adr sin omtale av direkte tilbakemeldinger nærliggende å anta at det er snakk om veiledet læring slik det omtales av Strümke (2023). KI-modellen er ifølge Jens Adr ment å fungere som et «litt avansert varslingsystem», som gjør det mulig å overvåke og avdekke saker med nyhetsverdi på en helt annen måte. KI-modellen gjør det mulig å bevege seg videre fra *trigger ord*-overvåkning over til *kontekst*-overvåkning, som gir helt andre muligheter:

I gamle dager, hvis du søkte i postjournaler, så kunne du få varsel på skandaler, altså trigger ord. KI'en lar oss heller kjøre på konteksten, det trenger ikke å stå ordet skandale, men den skjønner at her er det en skandale. Da kan du få et varsel i dag på at her er det et dokument som inneholder den følelsen, på en helt annen måte. Og så må vi gjøre en vurdering på, stemmer det? Er det en sak? Og hele våre etiske vurderinger,

men det er en sak vi kanskje ikke ville ha plukket opp. Gud vet hvor mange dokumenter som skal gjennomgås. – Runar Adr.

Runar Adr forteller videre at tilsvarende teknologi i fremtiden kan bli nyttig for leserne også. Den samme teknologien er altså ikke bare nyttig og funksjonell for journalistisk og redaksjonell overvåkning av hva som skjer i samfunnet, men kan også gjøre seg nyttig for leserne ved å forenkle prosessen ved å finne igjen gamle nyhetssaker:

Folk sier ofte at det er vanskelig å finne igjen sak 'ABC', men hvis du da kan gå inn og si «Hei, jeg leste en sak, den handler om en fotballkamp og noen spillere som var fornøyd», og så kan du bruke en KI-chatbot til få et svar basert på konteksten du sa, uten at du må huske fotballaget og hvilken by det var. Der er vi bare så vidt begynt. – Runar Adr.

På denne måten blir det altså mulig for nyhetskonsumenter å bedrive *leser-overvåkning*, hvor leserne selv kan overvåke både nytt og gammelt innhold som publiseres hos nyhetsmediene. Leser-overvåkningens fremtidsmuligheter stopper imidlertid ikke her, og Roald Nrk peker på mulighetene for å la lesere og nyhetskonsumenter være i direkte kontakt med journalistikkens datamateriale for å få svar på det de selv lurere på:

Det kunne jo vært interessant for publikum å gjøre på sikt. NRK står inne for datasettet, her kan publikum nesten snakke til en chatbot og spørre om ulike ting, så der tror jeg det ligger noe fremtid. – Roald Nrk.

Etter hvert så vil det jo kunne gå an å mate en chatrobot med enormt mye informasjon og offentliggjøre det sånn at publikum kan stille sine egne spørsmål, og det er veldig interessant. – Roald Nrk.

Det er i hvert fall tydelig hvordan kunstig intelligens kan bidra til å forbedre, forenkle og til og med endre hvordan samfunnsovervåkende journalistisk arbeid skjer. Det er dog viktig å understreke at dette ikke er noe som for øyeblikket er i bruk hos nyhetsmediene. Prosjektet Jens Adr omtaler illustrerer imidlertid nyhetsmedienes ønske og tanke om å gjøre det i fremtiden. Jonas Alt legger frem et annet eksempel hvor kunstig intelligens ble anvendt for å skape en oversikt over hvilke aksjer ulike politikere eide:

Når vi fikk de dokumentene, så brukte vi KI til å mate inn det vi trengte av informasjonen der, og så tok den ut og lagde aksjelistene for oss. Så der har jo KI vært veldig positivt.
– Jonas Alt.

Etter å ha mottatt en rekke «trøblete og uoversiktlige dokumenter fra Stortinget» sparte kunstig intelligens Jonas Alt og hans kolleger for store mengder manuelt arbeid. Det ble på denne måten mye lettere å skulle overvåke politikernes tilknytning til ulike aksjer. Det er tydelig hvordan kunstig intelligens har en rekke bruksområder for nyhetsmedier, og i tråd med domestiseringsteoriens praktiske dimensjon (1) er disse å automatisere, effektivisere, predikere, personalisere og å overvåke.

Å automatisere deler av det journalistiske arbeidet har som formål å frigjøre tid og ressurser for mer kreativt utfordrende arbeid, og KI kan effektivisere journalistisk arbeid ved å bistå med journalistisk brainstorming og muliggjøre kodebasert journalistikk. Saken oppsummert-tjenesten har også ved bruk av kunstig intelligens overasket nyhetsmediene, hvor det å gi leserne en knagg å henge oppmerksomheten på har økt lesetiden blant leserne. I relasjon til predikering og personalisering av nyhetsinnhold er nyhetsmediene klare på at de ønsker å ivareta en menneskelig redaksjonell kontroll over viktige nyhetssaker, og at de i utgangspunktet ønsker å justere *hvordan* leserne presenteres for nyheter, uten å endre *hva* leserne presenteres for. Til sist gir kunstig intelligens helt nye muligheter til å overvåke hva som skjer i samfunnet og avdekke saker med nyhetsverdi. Det kan også i fremtiden gjøre det mulig for leserne å i større grad overvåke nyhetsmedienes publiserte innhold, og å direkte interagere med datamaterialet.

KI-teknologiens bruksområder har i tråd med domestiseringsteoriens symbolske dimensjon (3) stor verdi for nyhetsmediene, i form av å frigjøre ressurser, effektivisere arbeidsprosesser, tilpasse nyhetsinnhold og å avdekke saker med nyhetsverdi. Med et så bredt spekter av muligheter øker imidlertid behovet for kompetanse rundt teknologien for å kunne ta den i bruk, og det er viktig at journalister er kritiske ved bruk av slike teknologiske hjelpemidler i egne undersøkelser (Hansen et al., 2017, s. 16). Nyhetsmediene er derfor avhengig av å ikke bare vurdere hvordan KI *kan* benyttes, men også hvordan KI *burde* benyttes.

6. Opplæring, evaluering og retningslinjer

I dette kapitlet vil jeg presentere andre aspekter ved nyhetsbransjens møte med kunstig intelligens. Jeg vil først redegjøre for hvorvidt redaksjonelle medarbeidere får opplæring i hva KI er og hvordan det kan benyttes. Deretter vil jeg redegjøre for omfanget av samarbeid i nyhetsbransjen, slik det kommer frem av Adresseavisen, NRK Trøndelag og Nidaros. Jeg vil så redegjøre for nyhetsmedienes forhold til eksterne aktører og leverandører av KI-verktøy. Til sist vil jeg redegjøre for nyhetsmedienes interne retningslinjer og ønsket om et felles journalistisk regelverk for bruk av KI i nyhetsproduksjon.

6.1 Intern opplæring og kunnskapsøkning

Kunstig intelligens har for nyhetsmediene en rekke ulike bruksområder, slik jeg har gjort rede for i kapittel 5. Derfor er det viktig at journalister og andre redaksjonelle medarbeidere har den kunnskapen KI-teknologi krever for å kunne utnytte den riktig (Hansen et al., 2017, s. 15). Redaksjonelle medarbeidere har forskjellige utgangspunkt og forskjellig teknologisk kompetanse, som gjør at medarbeidere i den samme redaksjonen har ulikt opplæringsbehov. Det er ifølge informantene viktig at redaksjonelle medarbeidere evner å forstå hvordan KI kan benyttes i eget arbeid. For å sikre en helhetlig redaksjonell forståelse må alle få nødvendig hjelp og opplæring som sikrer at ingen faller av:

For meg så er det jo bare sånn hverdag, eller veldig allmennkunnskap, at du limer inn disse setningene så får du en kortere og bedre setning for eksempel. Men da sto jo de andre kollegene mine på 40 år og bare sånn «Hva? Hvordan går det ann?». – Julie Uni.

En ting er selvfølgelig journalister på min alder. Vi er vokst opp i en digital tidsalder, men du har journalister som er sluggere, som har vært her i 40 år. Det er viktig at de også er på «g» med det som kommer. – Jonas Alt.

Domestiseringsteoriens kognitive dimensjon (2) viser til hvilke kunnskaper teknologien krever i sin bruk, og hvordan brukere tilegner seg den nødvendige kompetansen. Det kommer frem av informantene at redaksjonelle medarbeidere ikke evner å se *hva* de trenger å vite for å anvende teknologien, og det er dette de trenger hjelp til. I relasjon til *hvordan* de tilegner seg den

nødvendige kompetansen har Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag anvendt ulike strategier for å heve kompetansen blant sine ansatte:

Vi har tilbydd alle sammen som ønsker kurs i ChatGPT mulighet til å prøve ut forskjellige verktøy. Vi har «hackathons» der vi kobler både, si vanlige reportere og utviklere for å se på hvilke verktøy og muligheter som er der. – Runar Adr.

Adresseavisen har iverksatt konkrete tiltak, som kurs i ChatGPT og «hackathons» (av «hacking» og «marathon») med hensikt i å både løfte ansatte sin kompetanse rundt teknologien, og å gi redaksjonen en bedre oversikt over hvilke muligheter KI-teknologi åpner for. NRK Trøndelag og Nidaros har derimot ikke iverksatt konkrete tiltak på samme måte, og er i større grad avhengig av individuell interesse blant sine ansatte for å heve kompetansenivået, og Nidaros har i første omgang valgt å «spisse kompetansen hos en person»:

Det er litt opp til enhver hvor mye man involverer seg i det, også må jo alle forholde seg til hva som er greit og ikke. – Roald Nr.

Og så har han litt intern opplæring her hos alle, som har fått se litt av det han har lært når han har vært ute og reist, men ikke noe mer som er satt i system. – Ruben Nid.

Roald Nr. legger likevel vekt på at alle ansatte må forholde seg til etisk bruk av KI-verktøy, noe jeg vil komme mer tilbake til i kapittel 7. Da redaksjonelle medarbeidere ikke er i stand til å vite hva de trenger å vite for å anvende KI, og nyhetsmediene er i startfasen av å implementere teknologien, understreker Jens Adr og Ruben Nid viktigheten av å øke det generelle kompetansenivået:

Så det er litt sånn, ja det er noen løp som går for alle, og så er det litt spissere for mindre grupper, men alle skal på en måte beherske det grunnleggende. Det tror jeg er viktig å si. – Jens Adr.

Vi har jo en forståelse av at det er viktig å følge med i timen. Det toget går nå, så det må vi jo være med på, hvis ikke står vi der med lua i hånda. – Ruben Nid.

Å heve kunnskapsnivået blant redaksjonelle medarbeidere er et fremtredende ønske på tvers av nyhetsmediene. Roald Nrk understreker i likhet med Chan-Olmsted (2019) at det er viktig å underveis eksperimentere med hva teknologien kan gjøre, da det er slik en best evner å lære hva teknologien kan brukes til:

Og jeg håper at folk tar det i bruk, ellers får vi ikke forståelse for hvordan vi kan bruke det heller. – Roald Nrk.

I et samarbeid mellom mennesker og maskiner understreker Trujillo et al. (2019) at maskinell oppførsel må være transparent, slik at mennesker evner å forstå hvordan teknologien fungerer og operer (s. 368). Viktigheten av å forstå hvordan teknologien fungerer kommer klart til syne ved nyhetsmedienes ønske om å heve kompetansen blant redaksjonelle medarbeidere, for å kunne forstå og synliggjøre KI-teknologiens nytteområder.

6.2 Samarbeid og kunnskapsdeling i mediebransjen

Ifølge Brosveet og Sørensen (2000) er samarbeid og relasjoner mellom bedrifter en form for læringsøkonomi med frem- og tilbakegående koblinger av informasjonsutveksling (s. 275). En effektiv læringsøkonomi er av stor viktighet for at implementasjon av nye teknologier i relasjon til multimedier skal bli en suksess (Brosveet & Sørensen, 2000, s. 275). Adresseavisen og NRK Trøndelag er begge i dialog med NTNU, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet for å utforske fremtidige muligheter med bruk av KI:

Vi har god kontakt med våre venner på NTNU. Der ser vi på hva som kan bli samarbeid fremover. – Runar Adr.

Jeg vet at vi samarbeider en del med NTNU her i Trondheim, og det går på både tekst til tale og slike type prosjekter. – Roald Nrk.

Å samarbeide på tvers av nyhetsorganisasjoner antas i økende grad å være både en nødvendig og en ønsket del av utvikling og utøvelse av datadrevet journalistikk (Dodds et al., 2024, s. 1). Noe som gjenspeiles i Roald Nrk sin omtale av deres samarbeid med andre nyhetsaktører, med et klart ønske om å øke nivået av eksternt samarbeid med andre nyhetsaktører:

Per nå er det ikke veldig mye. Det er mye deling på tvers av NRK på dette området, vi vet at det er et prioritert område å se mer nøye på. – Roald Nrk.

Til forskjell fra Adresseavisen og NRK Trøndelag har Nidaros for øyeblikket ingen eksterne samarbeid med hverken forskningsinstitusjoner eller nyhetsaktører. Nidaros bærer preg av deres individuelle fremgangsmåte, som trolig både er et resultat av å være tidlig i prosessen av å implementere KI-teknologi, og redaksjonens størrelse sammenlignet med Adresseavisen og NRK Trøndelag:

Jeg som journalist har vært på kurs, men vi har ikke på noen slags prosjektbasis lagt noen samarbeid i bruk av det. – Jørgen Nid.

I motsetning til NRK Trøndelag og Nidaros – der de ikke har samarbeid med andre nyhetsaktører – har Adresseavisen ifølge Runar Adr et «godt om omfattende samarbeid» med andre nyhetsmedier:

Vi har også samarbeidspartner i form av at vi snakker mye med både Schibsted, og for eksempel VG, Aftenposten og mediehusene der. Det er ca. 70 mediehus i Polaris media, der vi har fem grupperinger basert på det geografiske i Norge, som samarbeider og møtes x antall ganger i måneden for å dele kompetanse og kode for den slags skyld. – Runar Adr.

Runar Adr illustrerer at deres samarbeid ikke bare er en læringsøkonomi hvor nyhetsaktører deler kunnskap med hverandre, slik det lyder av Brosveet og Sørensen (2000). På tvers av mediehusene deler de også kode med hverandre. Jens Adr og Ulrik Adr understreker at som følge av Adresseavisen sitt samarbeid med andre mediehus, så får de tilgang til andre internt utviklede verktøy, som de senere kan justere slik de selv vil:

Schibsted er største eier i Polaris, og der er det på en måte VG som er motoren, kan vi kanskje si da, i Schibsted. Så vi har på en måte samarbeid med de også, sånn at de har delt denne saken oppsummert med oss, for eksempel. – Jens Adr.

De har delt kildekoden?

Ja, men vi kan endre på prompten som vi vil da. – Ulrik Adr.

Det er tydelig hvordan Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag til tross for å alle være i tidlige stadier av å implementere KI, har helt forskjellige utgangspunkt i henhold til eksterne samarbeid. Adresseavisen med sin tilgang til andre mediehus gjennom Schibsted og Polaris har et godt og omfattende samarbeid med andre mediehus samt NTNU, som kontrast til NRK Trøndelag som foreløpig bare er i dialog med NTNU, og Nidaros som ikke har noen form for eksterne samarbeid.

6.3 Problemstillinger knyttet til eksterne aktører

Flere av informantene peker på viktigheten av å vurdere redaksjonens forhold til eksterne aktører – altså eksterne leverandører av KI-verktøy – slik som eksempelvis ChatGPT levert av OpenAI, for å nevne en av de mest kjente. ChatGPT er et offentlig tilgjengelig verktøy hvem som helst med internetttilgang kan benytte seg av. I nåtidens digitale tidsalder åpner dette for spørsmål knyttet til data og personvern. I 2016 vedtok EU *General Data Protection Regulation* (GDPR), hvilket senere i 2018 ble innført i Norge under navnet *Personvernforordningen* (Strømke, 2023, s. 139). Reguleringen har som formål å sikre at vedkommende som beskrives av data (digitale fotspor) selv skal kunne råde over denne dataen (Strømke, 2023, s. 139).

I relasjon til journalistikk og nyhetsproduksjon handler regulering av data – ifølge informantene – om at interne data ikke skal komme på avveie og anvendes til å trene opp eksterne maskinlæringsmodeller. Maskinlæringsmodeller, slik jeg har vist i kapittel 3.3 er helt sentrale for videreutvikling av kunstig intelligens. For nyhetsmediene er det imidlertid stor usikkerhet knyttet til hvordan eksterne leverandører og de underliggende maskinlæringsmodellene behandler bruksdata, og hvorvidt disse data anvendes som treningsgrunnlag for videreutvikling av KI-verktøy:

I dagens retningslinjer for hele Polaris Media heter det at ingen sensitive opplysninger skal brukes inn mot de her motorene, i det hele tatt. Der ligger hele forklaringen på at du skal bestandig tenke på at du når du sender til en tredjepart, så kan noen i teorien fange det opp, eller det kan brukes som opplæringsgrunnlag til en annen modell. – Runar Adr.

Usikkerheten og forsiktigheten med å sende fra seg informasjon og data til eksterne tredjeparter slik Runar Adr forteller, er ikke bare en bekymring hos Adresseavisen. NRK Trøndelag og

Nidaros er også svært påpasselige med hvor interne data lastes opp, og her er hovedregelen at informasjon og data som anvendes opp mot eksterne KI-verktøy skal være offentlig tilgjengelig informasjon:

Jeg vil si det sånn at vi kommer ikke til å sende noe sensitivt materiale via en chatbot, og der er vi veldig strenge. Det skal være publiseringsklart eller publisert innhold vi sender til KI. – Roald Nrk.

Det er jo noe som jeg tenker ganske mye på. Jeg laster ingenting opp i et sånt system dersom jeg ikke er sikker på at det allerede er offentlig informasjon. – Jørgen Nid.

Roald Nrk henviser til bruk av en *chatbot* i sin omtale av eksterne KI-verktøy, og refererer til offentlig tilgjengelige verktøy som ChatGPT og andre språkmodeller. Strümke (2023) forteller i likhet med informantene at chatbot'er og språkmodeller er avhengige av treningsdata (s. 148), som også er kjernen i informantenes skepsis. Nyhetsmedier lever av å selge og publisere informasjon, hvilket gjør det enkelt å skjønne hvorfor redaksjonene er skeptiske til å dele informasjon og data med eksterne aktører:

Og så er det jo også dette med at det har vært litt sånn uklart da i hvilken grad man da også bidrar til å ytterligere trene opp, at vi på en måte gir bort det vi egentlig lever av og selger, gir vi bort gratis til noen andre som bygger business på vårt produkt. – Jens Adr.

Å forstå eksakt hva kunstig intelligens egentlig forstår og tolker av de dataene modellen anvender, er ifølge Strümke (2023) et kjempevanskelig problem (s. 145). Algoritmer fungerer ofte som «svarte bokser» hvor inndata og utdata ikke nødvendigvis sier noe særlig om hvilke beslutninger en programvare tar (Hansen et al., 2017, s. 16). Nyhetsmedienes skepsis til eksterne aktører ser på denne måten ut til å være en forlengelse av generell usikkerhet mot hvordan KI i utgangspunktet fungerer, hvilket igjen understreker behovet for intern opplæring hos redaksjonelle medarbeidere:

Jeg vet i hvert fall ikke nok, eller har nok informasjon om hvem som er i de diverse KI-selskapene og hvor det går hen. Så jeg tenker det er naturlig at jeg er skeptisk.. – Jonas Alt.

Informantene er ikke bare skeptiske til at interne data og innhold skal fanges opp av eksterne leverandører, men er også opptatt av å ivareta egne kilder i tråd med Vær Varsom-plakaten – som er svært viktig av hensyn til personvernet. I likhet med hvordan personvernforordningen er ment å sørge for at individer selv skal kunne råde over egne data (Strømke, 2023, s. 139), er informantene klare på at de som journalister ikke skal dele informasjon om sine kilder videre til andre:

Det er jo alltid en risiko for at hvis man har en anonym kilde, eller hvis man bare har en kilde, at ting kan bli funnet ut av andre mennesker som ikke vil dem så godt. Kilder skal ikke bli utsatt for det. Så det å fore en masse konfidensiell informasjon til KI, er jeg ganske kritisk til. – Johanne Adr.

Hvis du gir KI en masse informasjon om kilder og kilder sine uttalelser, og du skal for eksempel anonymisere den kilden, så sitter jo det en del informasjon om kildene i KI-databasene. – Jesper Agd.

Johanne Adr og Jesper Agd peker her på problemer knyttet til ivaretagelsen av deres informanternes anonymitet og kildevern ved bruk av ekstern KI. I tråd med Vær Varsom-plakaten, som sier at kilder (informanter) må være verifiserbare (Pressens Faglige Utvalg, 2023), peker Jesper Agd også på problemer knyttet til verifiserbarhet dersom en anvender KI som en egen kilde:

For hvis du bruker KI til å lage innholdet ditt, så er det fullt mulig at KI trekker informasjon fra en kilde du ikke kan verifisere. – Jesper Agd.

Ved bruk av eksterne KI-verktøy er informantene også noe kritiske til opphavsretten ved innholdet verktøyene genererer. Da kunstig intelligens benytter enorme mengder data for å trenes opp (Strømke, 2023, s. 88), så er det ved bruk av KI-verktøy svært vanskelig å vite hvorvidt innhold som produseres av KI-modellene påvirkes eller rammes av opphavsretten:

Så det tenker jeg generelt er et viktig spørsmål, samme med hvis KI henter informasjon, som senere viser seg å være ganske komplett avskrevet og sånne ting, hvilket ansvar har mediehuset da for opphavsretten til det de har knabbet og skrevet selv. – Jonas Alt.

Informantene illustrerer hvordan nyhetsmediene i stor grad er nødt til å forholde seg til bruk av kunstig intelligens levert av eksterne aktører. Problemer knyttet til personvern, kildevern, behandling av data og opphavsrett gjør nyhetsmedienes relasjoner til eksterne aktører og leverandører av KI-verktøy svært komplekse. Ulrik Adr hevder at eksterne leverandører «bare er interessert i dataen vår», som er utgangspunktet for at nyhetsmediene i stor grad ønsker å utvikle og benytte seg av egne og interne KI-verktøy, fri fra det utrygge komplekse samspillet med eksterne leverandører:

Det vi er mest interessert i er å få modeller lokalt, så vi slipper å ha third-party modeller, så vi kan gjøre det vi vil, og vi slipper å sende fra oss så mye. – Ulrik Adr.

Roald Nrk understreker at NRK Trøndelag i relasjon til deres interne verktøy «Teksthjelperen» har en databehandleravtale med Microsoft, som gjør at bruk av interne verktøy er «sikrere enn å laste opp tekster rett til eksterne tredjeparter.». Runar Adr påpeker også at det i fremtiden for Adresseavisen kan åpnes for mer bruk av sensitiv data inn mot KI-modeller, med en forutsetning om at avtaler inngås hvor deres data ikke anvendes om treningsgrunnlag. Ruben Nid på sin side henviser til et «sandbox» prosjekt internt i Amedia (eier av Nidaros), som på sikt har som formål å la ansatte teste KI-verktøy uten å «gi fra seg informasjon til tredjeparter». Det kommer klart frem hvordan nyhetsmediene ønsker å ivareta interne data, i tråd med personvernforordningen og det tilhørende regelverket.

6.4 Retningslinjer og felles regelverk ved bruk av KI

Informantenes omtale av ivaretagelse av personvern, forsiktighet knyttet til GDPR, og opphavsrett ved bruk av KI-verktøy illustrerer nyhetsmedienes ønske om å anvende kunstig intelligens *riktig*. Ifølge Ask og Søråa (2021) er det i teknologirettede-domestiseringsprosesser sentralt med *moralitet*, hvor normer, regler og moralske vurderinger definerer *rett* og *gal* bruk (s. 73). En felles domestisering av teknologier avhenger på denne måten av et moralsk felleskap og en felles enighet om hva som er rasjonell bruk (Ask & Sørensen, 2019, slik referert til i Ask & Søråa, 2021, s. 67). Informantene peker på Vær Varsom-plakaten, hvilket fungerer som en felles enighet om etiske normer for den journalistiske prosessen. Nyhetsmediene er med dette som utgangspunkt opptatt av hvordan andre nyhetsmedier anvender KI, og Roald Nrk omtaler det hele som et kappløp for å definere etisk riktig bruk av KI-teknologi:

Dette er jo et lite kappløp om å finne ut den riktige måten å bruke KI på, både etisk og på alle måter for journalistikken, så hvordan det skal gagne journalistikken, i stedet for å ødelegge den. – Roald Nrk

Selv om Adresseavisen, NRK Trøndelag og Nidaros alle er tidlige i prosessen av å implementere KI, har Adresseavisen og NRK Trøndelag utarbeidet noen interne retningslinjer for redaksjonell bruk av kunstig intelligens. Adresseavisens retningslinjer er tilgjengelige på nett, og deles opp i seks punkter: 1) redaksjonen skal ha samme tilnærming til innhold produsert av KI som i møte med andre aktører og kilder, 2) at upublisert materiale, konfidensiell informasjon og sensitive opplysninger ikke skal deles, 3) at opplysninger alltid skal kontrolleres for å sikre at de er korrekte, og å være kritiske ved valg av kilder, 4) at all bruk av generativ KI skal gjennomleses og manuelt godkjennes før publisering, 5) å verne om fotografiets troverdighet, og 6) at all bruk av KI-skapt journalistisk innhold tydelig skal merkes for leseren (Johnsen, 2023).

NRK Trøndelag sine retningslinjer er i motsetning til Adresseavisen sine ikke offentlig tilgjengelige, jeg har likevel fått direkte innsyn av Roald Nrk, som understreker at retningslinjene ikke er hemmelige selv om de ikke ligger tilgjengelig på nett. Retningslinjene til NRK Trøndelag deles opp i fem tematiske underpunkter: 1) Bilder/video/illustrasjoner, 2) Lyd/musikk, 3) Tekst, 4) Transkribering og tilgjengelighet, og 5) Bruk av KI som redaksjonelt verktøy. NRK Trøndelag sine retningslinjer har store likhetstrekk med Adresseavisen sine, men er noe mer detaljerte og beskrivende i tråd med Vær Varsom-plakatens formuleringer. I grove trekk går retningslinjene ut på at KI ikke skal anvendes til å generere bilder uten god grunn (f.eks. en sak som omhandler KI-genererte bilder), at en ikke skal benytte seg av KI-genererte stemmer, at KI-generert tekst kun skal anvendes for sammendrag ved bruk av Teksthjelperen og ikke til lengre journalistikk, og at KI-produsert innhold skal krediteres og markeres tydelig for leseren.

Nidaros har på sin side ikke utarbeidet noen retningslinjer å forholde seg til på dette tidspunktet. Hos Nidaros har det i all hovedsak dreid seg om å ivareta personvernet i relasjon til bruk av eksterne KI-verktøy, slik jeg redegjorde for i kapittel 6.3. Ruben Nid understreker imidlertid at det er et behov å gjøre mer:

Vi har snakket litt om det med personvern og ChatGPT, som jo er den tjenenesten som sikkert er best kjent av de aller fleste, selv om det finnes mange, mange andre ting man kan gjøre. – Ruben Nid.

Det er fremtredende hvordan nyhetsmediene på ingen måte ønsker å utfordre de journalistiske normene som allerede er godt etablerte. Redaksjonell bruk av KI-teknologi tilpasses derfor i tråd med Vær Varsom-plakaten, og blir på denne måten en del av journalistiske verdier, som en del av hva Ask og Søråa (2021) omtaler som domestiseringsteoriens symbolske dimensjon (3). Likevel, til tross for at Adresseavisen og NRK Trøndelag har begynt arbeidet med å utvikle interne redaksjonelle retningslinjer er informantene opptatt av at det også burde utvikles et generelt regelverk på tvers av journalistikken:

Du kan ikke ha en redaksjon som gjør det, og en annen som gjør noe helt annet. Så det jeg tror, eller det de bør, er jo å prate mer, mer samarbeid, og finne en felles løsning. – Julie Uni.

Ønsket om et felles regelverk inkluderer beskrivelser av hvordan en etisk og forsvarlig kan anvende KI-teknologi. Informantene ønsker med dette et felles regelverk som sier noe om hva som krever et overordnet redaktøransvar, og hva som kan gjøres på «autopilot» av KI-teknologi, helt i tråd med Holand og Engan (2020) sine formuleringer. Informantene legger ytterligere vekt på at et felles regelverk ikke kan være et resultat av etterpåklokskap, og peker på denne måten mot en offensiv tilnærming for å sikre at regelverket ikke henger etter hvordan teknologien benyttes:

Og så ser vi samtidig at verktøyene blir bedre og bedre, men vi ser også et behov for et etisk regelverk om hvordan dette kan brukes. – Runar Adr.

Altså, at lovgivningen følger utviklingen og ikke henger etter, Det tror jeg er det viktigste. – Jonas Alt.

Nyhetsmedienes visjon om å anvende kunstig intelligens i journalistikk innebærer ifølge Helberger et al. (2022) et bredere perspektiv, hvor en burde balansere konkurrerende verdier i et bredere normativt rammeverk fremfor korttidsorienterte nøkkeltallsindikatorer (s. 1620-1621). Roald Nrk støtter et slikt perspektiv og føler seg trygg på at NRK Trøndelag på denne

måten gjør noe riktig. Han hevder at KI-teknologiens nytteverdi ikke må måles i rene klikktall og sidevisninger, men heller i form av hvordan teknologien bidrar til å bedre journalistikken:

Jeg tror at suksessen må måles i en type dagsorden, hvor mye nytte finner vi av dette verktøyet i journalistikken vår, og kanskje ikke i rene klikktall. – Roald Nrk.

Også tror jeg vi kanskje har gjort det i riktig rekkefølge, for vi er ikke kommet lenger enn vi er kommet på retningslinjene. – Roald Nrk.

Behovet for interne redaksjonelle retningslinjer og et felles journalistisk regelverk illustrerer hvordan kunstig intelligens integreres inn i journalistikkens kulturelle og sosiale sfære. Journalistiske normer og regler inkorporeres inn i retningslinjer, som til gjengjeld former hvordan teknologien både kan og vil bli anvendt for nyhetsproduksjon – helt i tråd med domestiseringsteoriens grunnprinsipp. Jesper Agd tror at Vær Varsom-plakaten – helt sentral i journalistisk arbeid – vil tilpasses som et direkte resultat av journalistikkens møte med kunstig intelligens:

Jeg ser for meg at i de neste fem årene så kommer nok den vær varsom plakaten til å bli lengre. Så kommer du til å få en egen KI-versjon. – Jesper Agd.

I både Adresseavisen og NRK Trøndelag sine retningslinjer påpekes det at retningslinjenes formål er å verne redaksjonens tillit og troverdighet, som er årsaken til at de formuleres i tråd med Vær Varsom-plakaten. Jens Adr hevder at «troverdighet er valuta» for nyhetsmedier, og at «man skal ikke spille poker med troverdigheten.». Å benytte kunstig intelligens *rett* i tråd med retningslinjer og regelverk handler ifølge Jonas Alt om å ivareta tilliten til leserne sine, slik at «folk tror på det vi skriver, og har tillit til at vi utfører samfunnsoppdraget vårt.».

Det er blant Adresseavisen, Nidaros og NRK Trøndelag variasjon i hvilke tiltak som er iverksatt for å øke intern kompetanse, i hvilken grad nyhetsmediene samarbeider med andre aktører og hvorvidt det er blitt etablert interne retningslinjer for å sikre korrekt og etisk bruk av kunstig intelligens. Nyhetsmediene er imidlertid enige om viktigheten av å ivareta interne data og informasjon når en benytter seg av KI-verktøy fra eksterne leverandører. For å øke kompetanse blant redaksjonelle medarbeidere har Adresseavisen iverksatt «hackathons» og ChatGPT-kurs, hvorav Nidaros og NRK Trøndelag i større grad har vært avhengige av å individuell interesse.

Alle er imidlertid enige om at behovet for å øke intern kompetanse er av stor viktighet for å kunne anvende KI-teknologi etisk riktig, i tråd med Vær Varsom-plakaten.

Både Adresseavisen og NRK Trøndelag har i motsetning til Nidaros både eksterne samarbeid og etablert et sett med redaksjonelle retningslinjer for bruk av kunstig intelligens. NRK Trøndelag har kun vært i dialog med NTNU, hvorav Adresseavisen ifølge Runar Adr har et godt og omfattende samarbeid med andre nyhetsaktører. Alle nyhetsmediene er imidlertid klare på at de henter inspirasjon fra andre mediehus i relasjon til hvordan de anvender KI, som del av kappløpet for å anvende teknologien korrekt. Det er fremtredende hvordan nyhetsmediene er tidlige i prosessen av å implementere KI, men i stor grad ønsker å benytte seg av det – samtidig som de er beviste på nødvendigheten av å være varsomme for at interne data ikke kommer på avveie og å ikke undergrave tilliten til sine lesere. Ytterligere illustrerer informantenes ønske om et felles journalistisk regelverk hvordan nyhetsmediene er usikre på hvordan kunstig intelligens vil «sette seg», og hvordan det vil påvirke journalistikkens autonomi og omdømme.

7. Kunstig Intelligens og journalistikkens omdømme

Jeg vil i dette kapittelet først redegjøre for hvordan nyhetsmedienes omdømme hviler på tilliten til sine lesere, og hvordan åpenhet er en essensiell faktor i hvordan tillit både bygges og ivaretas. Deretter vil jeg gjøre rede for hvordan nyhetsmediene har et ønske om å holde «humans in the loop» i relasjon til bruk av KI i nyhetsproduksjon. Til sist vil jeg undersøke hvorvidt bruk av kunstig intelligens truer journalistiske og redaksjonelle arbeidsplasser.

7.1 Omdømme, tillit og åpenhet

Slik jeg har vist i kapittel 5 og 6 har kunstig intelligens en rekke bruksområder for nyhetsmediene, med et underliggende behov for redaksjonell opplæring og retningslinjer. Behovet for kunnskapsøkning og retningslinjer viser at mulighetene KI representerer, ikke bare er uproblematisk. Kunstig intelligens kan benyttes til å fabrikere innhold i media, som ifølge Hansen et al. (2017) destabiliserer nyhetsmedienes grunnpilar; formålet om å representere sannheten (s. 11). KI-teknologi kan benyttes for å produsere falskt tekstinnhold, generere uekte bilder og videoer, og skape virkelighetslignende etterligninger av ekte mennesker (deepfake). Dette gjør ifølge informantene at nyhetsmedienes ansvar knyttet til faktasjekking og forsiktighet rundt rapportering av falske nyheter øker:

Et bakteppe med teknologien, så vil vi bli mer utsatt for at hvem som helst kan skape masse innhold, både ekte og falskt. Vi kommer til å få et helt annet ansvar på faktasjekking, dobbeltsjekk av at det ikke er fake news og videoer. – Runar Adr.

En stor utfordring med kunstig intelligens, det er jo mer sann som er litt skummelt, fake news. Det at alle kan lage nyheter som kan se jævlige ekte ut, deepfake og andre kunstig intelligens produserte bilder og videoer som ikke er sann i det hele tatt. – Ruben Nid.

Til tross for at kunstig intelligens kan bidra til å automatisere arbeidsoppgaver, effektivisere arbeidsprosesser, tilpasse nyhetsinnhold, forenkle overvåkning og avdekke saker med nyhetsverdi er det klart at KI-teknologi også byr på utfordringer. Runar Adr og Ruben Nid forteller at KI kan anvendes til å fabrikere bilder og videoer det er vanskelig å skille fra virkeligheten, noe som er problematisk for nyhetsmediene. Informantene henviser til punkt 4.11 på Vær Varsom-plakaten, som sier at det er av journalistisk viktighet å verne fotografiets

troverdighet (Pressens Faglige Utvalg, 2023), og er klare på at det for redaksjonelle nyhetsmedier er helt utelukket å benytte seg av fabrikkerte bilder og videoer:

Det er et eksempel på ting som er helt utelukket hos oss. Vi skal aldri bruke KI-genererte bilder. – Jens Adr.

Også har vi strenge etiske retningslinjer på at vi ikke skal nærme oss fotografiets, og ramme fotografiets integritet og troverdighet. – Roald Nrk.

Nyhetsinnhold er i motsetning til annen digital underholdning som filmer og serier, avhengige av at nyhetsinnholdet er ekte og kontrollerbart. Det journalistiske idealet om å presentere sann og etterrettelig informasjon står beskrevet i Vær Varsom-plakaten, hvilket inkluderer bilder og fotografiske illustrasjoner (Pressens Faglige Utvalg, 2023). For å ivareta nyhetsmedienes pålitelighet og tilliten til sine lesere er det derfor essensielt at også fotografiske illustrasjoner i likhet med nyhetsinnholdet representerer virkeligheten:

Det vi jobber og holder på med skal være etterrettelig, det skal være fakta, det skal være kvalitet. – Ruben Nid.

Det går utover tilliten og påliteligheten til media, og det er et punkt i vær varsom plakaten om å verne det journalistiske fotografiets egenart og verdi. – Jørgen Nid.

Informantene er svært opptatt av lesernes tillitt, redaksjonell pålitelighet og innholdets troverdighet. Der hvor Himma-Kadakas (2017) hevder at journalister kjenner på et press hvor alt av innhold skal publiseres raskt, som går på bekostning av kildevurdering, faktasjekking og innholdets troverdighet (s. 25), viser informantene det motsatte. Til tross for at KI-teknologi gjør det mulig å generere innhold og derav effektivisere prosessen av å publisere innhold – er informantene klare på at automatisering og effektivisering som følge av KI ikke skal gå på bekostning av innholdets troverdighet. Da teknologien likevel er i stand til å skape falskt innhold, understreker Ruben Nid at «å være åpen og transparent, det tror jeg er kjempeviktig i den tiden vi går inn i»:

Det handler om at vi har en troverdighet vi skal ta vare på, og du skal vite at det som kommer fra oss er sant. Alt av hallusinasjoner er et kjempeproblem for bransjen vår, så

derfor må vi plukke unna det mest mulig, og være så transparent, for å si det, som mulig ut mot publikum på hva vi gjør. – Runar Adr.

Runar Adr understreker at i en tid hvor innhold kan fabrikeres ved bruk av KI, så er det viktig å være åpen og transparent ut mot leserne sine for å ivareta tillit. Fisher et al. (2020) sier at redaksjonell åpenhet og transparens ut mot lesere er viktig i interessekonflikter (s. 1510). Redaksjonell bruk av KI representerer en form for interessekonflikt, der hvor teknologien på den ene siden muliggjør økt produksjonseffektivitet, muliggjør den på den andre siden innholds-fabrikkering. Runar Adr understreker at i nyhetsmedienes møte med kunstig intelligens vil mediene trække feil, som styrker behovet for å være åpne mot leserne sine, slik at leserne er opplyste om hvilken interesse nyhetsmediene har av å bruke KI:

Den beste måten å beholde troverdigheten vår er å være så åpen hele tiden, og når vi gjør feil, for vi kommer til å gjøre feil, så skal vi være dønn ærlige på at vi har gjort det, og vi skal rette opp igjen. Det er nøkkelen til hele samfunnsoppdraget vårt, det er åpenhet. Hvis vi ikke er åpne, da har vi et problem. – Runar Adr.

Runar Adr understreker at nøkkelen til nyhetsmedienes samfunnsoppdrag er å være åpne, i tråd med å overvåke og opplyse befolkningen om hva som skjer. Dette innebærer å informere leserne om hvordan KI benyttes for å produsere nyhetene leserne presenteres for. Hansen et al. (2017) poengterer at det for nyhetskonsumenter ikke er åpenbart hvordan KI implementeres og anvendes i journalistikken, som gjør det nødvendig å opplyse leserne (s. 14). En beskrivelse av hvordan KI anvendes må være konsis og ikke-teknisk, slik at leserne evner å forstå hvordan teknologien er blitt anvendt, uavhengig av hvor mye de vet om teknologien fra før (Hansen et al., 2017, s. 14). Informantene deler Hansen et al. (2017) sitt synspunkt, og legger selv stor vekt på at all bruk av KI må markeres tydelig for publikum:

Og hvis det skal ut til sluttbrukeren, så skal det være veldig gjennomiktig hva som er skapt med KI og hva vi har gjort selv, at det skal være tydelig merket. – Runar Adr.

Vi har vært veldig forsiktige og nøye med å merke innhold som er laget ved hjelp av KI, og særlig innenfor nyhetsfeltet. – Roald Nr.

Også her er informantenes slutninger helt i tråd med Vær Varsom-plakaten. Punkt 2.3 poengterer at en skal vise åpenhet om bakenforliggende forhold relevant for publikums oppfatning av det journalistiske innholdet (Pressens Faglige Utvalg, 2023). Johanne Adr trekker frem et interessant poeng, som godt illustrerer journalistikkens tankegang bak viktigheten av å markere KI-skapt innhold for sine lesere:

Vi journalister er jo ikke anonyme, og det er en grunn til det også. Vi legitimerer oss selv ved å være ansvarlige, og det synes jeg er det samme som skal gjelde med KI, også bare som et verktøy. – Johanne Adr.

Johanne Adr forteller at i likhet med hvordan journalister legitimeres ved å være åpne om hvem som har skrevet hva, og ansvarliggjøres for innholdet de publiserer, så burde det også være synlig hvordan KI anvendes for nyhetsproduksjon. Runar Adr understreker at dette er spesielt viktig der hvor nyhetsinnholdet direkte påvirkes av KI:

Hvis den på noe vis kan påvirke innholdet vårt, så skal det merkes at KI har vært involvert. – Runar Adr.

Når informantene omtaler merking av innhold produsert ved hjelp av KI, så er det per dags dato i all hovedsak relatert til *saken oppsummert*. Saken oppsummert-tjenesten presenteres direkte ut mot leserne, og påvirker på denne måten innholdet de lesere direkte. Til tross for at det per dags dato er slik merking som er gjeldende, understreker informantene at de ønsker å være åpne mot leserne sine på andre måter, og tilby innsikt i hvordan KI-teknologi benyttes internt. Her peker informantene på VG, som allerede har iverksatt slike tiltak:

Det kan jo være en idé, igjen VG tror jeg pleier å være flink på sånne ting, å lage en ekstra sak, en B-sak som forklarer hvordan det er brukt og hva det gjør med innholdet som presenteres for brukere. – Jørgen Nid.

Jeg vet at VG har hatt presentasjoner på 10-måter de bruker redaksjonell KI på, og de har både forslag til oppfølgersaker. – Roald Nrk.

Å være åpen på denne måten innebærer å opplyse om hvordan KI anvendes, hvilke muligheter teknologien åpner for og beskrivelser av hva innholdet gjør med det endelige nyhetsproduktet.

Å være åpne på denne måten vil ifølge informantene ivareta tillit og bygge redaksjonell pålitelighet, særlig i møte med andre aktører som produserer falske nyheter og innhold. Dette vil i tråd med Vermeer et al. (2020) sine uttalelser øke sannsynligheten for at lesere fortsetter å anvende det gitte nyhetsmedier som kilde for troverdig informasjon (s. 1131), da nyhetsmediet etablerer seg som en troverdig nyhetsaktør blant andre tvilsomme aktører. Roald Nrk er sikker på at en slik åpenhet hvor leserne opplyses om hva teknologien er, hva den kan gjøre og hva det resulterer i, vil synliggjøre behovet for pålitelige redaksjonelle medier:

Men jeg tror at på sikt kan det gjøre at folk forstår hvorfor vi trenger redaktørstyrte medier som vi kan stole på. – Roald Nrk.

Lesernes oppfatning av nyhetsmedier som troverdige er viktig, da lesere selv ikke har muligheten til å skulle bekrefte alt digitalt innhold de presenteres for (Wölker & Powell, 2018, s. 84-86), og nyhetsmediene er til gjengjeld avhengige av at leserne har tillit til at deres innhold er troverdig. Lesere som mottagere av nyhetsprodukter er sånn sett en viktig del av hvordan nyhetsmedier anvender kunstig intelligens, og posisjonerer seg på denne måten som ikke-brukere av KI-teknologi i tråd med domestiseringsteoriens sosiale dimensjon (4). Ikke-brukere (her forstått som leserne) påvirker hvordan kunstig intelligens anvendes av primærbrukere (her forstått som journalister) og sekundærbrukere (her forstått som andre redaksjonelle medarbeidere). Nyhetsmediene tilpasser på denne måten sin bruk av KI for å ivareta tilliten til leserne, og understreker viktigheten av å merke innhold produsert ved hjelp av KI. For å hindre tap av redaksjonell pålitelighet virker informantene på denne måten noe skeptiske til å overlate deler av det journalistiske arbeidet til KI-teknologi. Jonas Alt hevder på sin side at «det er bedre at det er skrivefeil, for det er i hvert fall menneskelig».

7.2 «Human in the loop» og journalistisk teft

«Hvordan kan vi vite når det er trygt å overlate en oppgave til en maskin, og hvem skal være ansvarlige når en maskin feiler?» Spør Strümke (2023, s. 11). Automatisering av journalistisk arbeid og journalistiske vurderinger kan medføre et tap av menneskelige og journalistiske instinkter og redaksjonell integritet, til fordel for automatiserte algoritmer (Borchgrevink-Brækhus, 2019, s. 14-15). Hansen et al. (2017) hevder at det ved bruk av KI i likhet med andre komplekse datasystemer vil kunne oppstå feil, og at roboter (her forstått som maskiner og datasystemer) ikke kan holdes ansvarlige for slike feil (s. 13). Informantene deler tilsynelatende

en slik oppfatning, og er konsekvente på at mennesker og redaksjonelle medarbeidere er nødt til å kontrollere prosesser hvor KI anvendes:

Og det er et sånt bærende prinsipp, det skal alltid være «human in the loop», ingenting skal ut uten at det er et menneske i prosessen. – Jens Adr.

Jens Adr omtaler et prinsipp han selv kaller for «human in the loop», som går ut på at innhold som produseres ved hjelp av KI aldri skal publiseres og nå ut til leseren før det er blitt kontrollert av en menneskelig redaksjonell medarbeider. På denne måten argumenterer Jens Adr helt i tråd med Hansen et al. (2017), som sier at «In fact, for AI to be used properly, it is essential that humans stay in the loop.» (s. 2). Runar Adr understreker dette ved å henvise til Adresseavisens retningslinjer for redaksjonell bruk av KI:

Ja, vi har et eget reglement for hvordan KI skal brukes både i konsernet og et eget innenfor journalistikken. Og der er et av hovedpunktene så enkelt som at det skal bestandig gjennomleses. – Runar Adr.

En slik holdning til viktigheten av menneskelig redaksjonell kontroll og kvalitetssikring er ikke særegent for Adresseavisen, og gjenspeiles hos flere av informantene på tvers av mediehus, slik Jonas Alt og Roald Nrøkk illustrerer:

Ja igjen, altså kvalitetssikring tenker jeg er nummer én. Du må ha mennesker som ser over dette her. – Jonas Alt.

Menneskelig gjennomgang av journalisten, før publisering, det er jo første pri. – Roald Nrøkk.

Ulrik Adr hevder at bruk av kunstig intelligens «er to skritt frem og ett tilbake», da nyhetsrelatert arbeid «går fortere, men samtidig må du gå etter det også». NRK publiserte 6. januar 2024 en sak om nedbygging av mat-jord, hvor enorme mengder satellittbilder ble analysert ved hjelp av KI (Støstad et al., 2024). Sakens formål var å undersøke hvor mye det i perioden 2017-2022 ble bygget i vernede områder, og satellittbildene resulterte i et geografisk datasett med 50 000 naturområder (Støstad et al., 2024). For å kvalitetssikre KI-modellen og avsløre statistiske feilmarginer ble nesten 4000 enkelttilfeller manuelt gjennomgått, og

prosjektet konkluderte med 44 000 tilfeller av inngrep i vernede områder (Støstad et al., 2024). Prosjektet illustrerer godt det Ulrik Adr understreker – selv om kunstig intelligens gjør store undersøkelser raskere, stilles det også helt nye krav til den menneskelige kvalitetskontrollen. Behovet for å gjennomgå enkelttilfeller og avsløre statistiske feilmarginer gjenspeiles i det Jonas Alt sier om KI:

Jeg tenker det kan bidra til mer effektiv produksjon, det kan det gjøre, men det kan aldri være alene. – Jonas Alt.

Jesper Agd hevder at «den mest grunnleggende jobben til en journalist er å få informasjon fra et menneske til et annet». Det kan på denne måten stilles spørsmål til hvorvidt journalistikk rent grunnleggende sett er en menneskelig handling, og hvorvidt kunstig intelligens undergraver journalistisk integritet (Moran & Shaikh, 2022, s. 1770). Johanne Adr understreker at KI «ikke er din samarbeidspartner, det er verktøy du bruker.», og informantene er på denne måten sikre på at KI ikke truer det journalistiske arbeidet. Jørgen Nid mener i likhet med Johanne Adr at kunstig intelligens er et effektiviserende verktøy, og utdyper at teknologien kan bidra til å styrke journalistisk autensitet:

Å effektivisere de tingene som man ikke trenger journalistisk teft for å holde på med er en kjemperessurs. Og så kan vi bruke vår journalistiske teft på å gjøre det som vi er gode på, å finne folk å prate med og lage gode saker. – Jørgen Nid.

Helt i tråd med Dreyfus (1992) sine formuleringer om hvordan kunstig intelligens aldri vil kunne erstatte menneskelig ekspertise, er informantene overbeviste om at KI-teknologi aldri vil kunne erstatte menneskelig journalistisk ekspertise. Jørgen Nid definerer slik ekspertise som «journalistisk teft», og Jonas Alt hevder at KI aldri vil kunne erstatte den essensielle menneskelige forståelsen i journalistikken:

KI kan aldri ha den menneskelige forståelsen som journalister kan ha. KI kan aldri se faktaene på den måten vi ser faktaene på. – Jonas Alt.

Informantene utdyper hva *journalistisk teft* innebærer, og forteller at i utforming av nyhetssaker hvor journalisten er i kontakt med menneskelige kilder, er ikke journalisten bare opptatt av *hva* som blir sagt, men også *hvordan* noe sies. Strümke (2023) illustrerer ved hjelp av *Maravecs*

paradoks det samme som Dreyfus (1992) omtaler, nemlig maskinens manglende evne til å forstå kontekst. Til tross for at det for maskiner er enkelt å registrere *hva* noen sier, hevder informantene at kunstig intelligens vil ha problemer med å vurdere *meningen bak* det som formidles:

Hvis du overlater alt til KI, så er teknologien ikke god nok i dag til å kunne differensiere mellom hva en kilde sier, og hva en kilde mener. – Jesper Agd.

Det informantene sier, gjenspeiles i måten Tjora (2021) omtaler bruk av lydopptak i kvalitative intervju. I en intervjusituasjon er lydopptak og transkriberingsarbeid gunstig da det sikrer at forskeren kan minnes *stemningen* i intervjuene, som forsterker koblingen mellom informantens kroppsspråk og uttrykk (Tjora, 2021, s. 186-187). Dette sikrer at forskeren evner å forstå hva informantene (intervjuobjektene) egentlig *mener* med de de sier – hvilket informantene hevder at kunstig intelligens ikke er i stand til å gjøre:

Når du intervjuer folk så har du muligheten til å fange opp aspekter maskinen ikke kan, altså følelser, stemning. – Julie Uni.

Informasjon som formidles muntlig kan oppfattes krassere og mer direkte dersom den samme informasjonen formidles skriftlig. Informantene er med dette som grunnlag opptatt av hva som egentlig formidles, og er i tråd med Dreyfus (1992) sikker på at kunstig intelligens ikke vil kunne erstatte journalistisk teft. Noain-Sánchez (2022) hevder imidlertid at journalister og andre redaksjonelle medarbeidere frykter å bli overflødige, som et resultat av manglende kompetanse og begrenset kunnskap i møte med kunstig intelligens (s. 116). Med bakgrunn i nyhetsmedienes og informantenes behov for kompetanseheving, så kan det stilles spørsmål til hvorvidt informantenes sikkerhet i at KI ikke kan erstatte journalistisk teft, egentlig bunner i en frykt for å bli overflødig og miste sitt redaksjonelle levebrød.

7.3 Trussel mot arbeidsplassene

Til tross for at Noain-Sánchez (2022) hevder at journalister og andre redaksjonelle medarbeidere alle har en iboende frykt for å bli overflødige, er en slik frykt ikke til stede blant mine informanter. Informantene tror at ideen om at kunstig intelligens vil erstatte menneskelige jobber ikke stemmer, og frykter ikke å miste jobben som følge av KI bruk i nyhetsproduksjon:

Og så tror nok ikke jeg den her skremmingen om at KI kommer til å gjøre oss arbeidsløse, det tror jeg ikke noe på. – Jørgen Nid.

Slik Jørgen Nid sier er han ikke redd for at kunstig intelligens vil gjøre redaksjonelle medarbeidere arbeidsledige. Runar Adr og Ruben Nid understreker imidlertid at til tross for at menneskelige journalister ikke vil erstattes direkte av kunstig intelligens, så vil det stilles nye krav til fremtidens redaksjonelle medarbeidere:

Jeg er helt sikker på at KI kommer ikke til å ta jobbene våre, men de som bruker KI tar jobben til de som ikke gjør det. Kort oppsummert. – Runar Adr.

For jeg tror ikke det er sånn at det kommer til å bli bytta ut masse journalister med masse datamaskiner, men jeg tror det kommer til å bli bytta ut journalister som ikke kan KI, med journalister som kan KI. – Ruben Nid.

Runar Adr og Ruben Nid forteller at det ikke er kunstig intelligens i seg selv som vil erstatte det redaksjonelle arbeidsmarkedet, men at redaksjonelle medarbeidere som kan å anvende KI-teknologi vil erstatte de som ikke kan det. Roald Nrø understreker at dette gjelder medarbeidere i hele redaksjonen, og ikke bare journalister:

Men når vi begynner å ta i bruk mer generativ KI, så tror jeg kanskje at illustratører og de som jobber med ting i den gata kan bli utfordret. I første omgang må de jo bruke det i idefasen og sånt, men straks vi begynner å publisere mer av det, så må de nok utvide sitt kompetansefelt. – Roald Nrø.

Pashevich (2018) hevder at teknologiske nyvinninger på den ene siden vil være ettertraktede dersom de bedrer journalistikken i tråd med eksisterende normer, den samme teknologien vil på den andre siden møte motstand dersom den skader det endelige nyhetsproduktet (s. 59-60). Da nyhetsmediene har et stort fokus på å ivareta nyhetsmedienes omdømme og lesernes tillit ved å holde «humans in the loop» og tilpasse redaksjonell bruk av KI, så skades ikke det endelige nyhetsproduktet som følge av KI. Kanskje er dette årsaken til at informantene ikke frykter å bli overflødige som følge av kunstig intelligens:

Vi kommer aldri til å komme dit at kunstig intelligens nødvendigvis kan erstatte en journalist som har vært ute på en sak og som har sin måte å skrive på, du mister jo litt feeling og farge og litt autensitet. – Ruben Nid.

Til tross for Noain-Sánchez (2022) sitt utsagn, som hevder at redaksjonelle medarbeidere frykter å bli overflødige er informantene klare på at dette ikke er tilfellet. Informantene deler heller perspektivet til Hansen et al. (2017), hvor kunstig intelligens anvendes som en journalistisk forsterker, fremfor erstatter – og *journalistisk teft* er av stor viktighet for å levere troverdige og autentiske nyhetssaker.

I en tid hvor kunstig intelligens gjør det mulig for andre aktører å produsere falske tekster, bilder, videoer og nyheter er det klart hvordan nyhetsmediene er avhengige av å ivareta tilliten til sine lesere – som til gjengjeld er delaktig i å forme hvordan teknologien anvendes, i tråd med domestiseringsteoriens sosiale dimensjon (4). Nyhetsmediene vektlegger åpenhet ut mot leserne sine, slik at leserne kan få innsikt i hvordan KI-teknologi anvendes og påvirker nyhetene de presenteres for. Informantene er på dette viset sikre på at slik åpenhet og transparens er viktig for å etablere seg som, og forbli troverdige nyhetsaktører i en tid preget av falskt innhold. Det kommer ytterligere frem hvordan nyhetsmediene ikke ønsker å overlate alt av journalistisk arbeid til KI-teknologi, som et resultat av behovet for menneskelig ekspertise i form av journalistisk teft. Kunstig intelligens vil aldri kunne erstatte den menneskelige kontekstuelle forståelsen slik Dreyfus (1992) og Strümke (2023) omtaler. På denne måten er informantene sikre på at kunstig intelligens aldri vil erstatte redaksjonelle medarbeidere. Kunstig intelligens vil imidlertid stille nye kompetansekrav til fremtidige redaksjonelle medarbeidere, hvor de som ikke evner å anvende teknologien vil erstattes av de som kan.

8. Konklusjon

I dette kapittelet vil jeg besvare forskningsprosjektets tre underliggende forskningsspørsmål. De tre underliggende forskningsspørsmålene vil som helhet illustrere **hvordan norske nyhetsmedier har tatt i bruk kunstig intelligens**. Avslutningsvis vil jeg peke på aspekter det er behov for å undersøke nærmere, i relasjon til bruk av KI blant nyhetsmedier.

8.1 KI-teknologiens bruksområder

I undersøkelsen av *hvilke bruksområder KI-teknologi har for norske nyhetsmedier*, forteller informantene at kunstig intelligens i redaksjonell sammenheng har en rekke bruksområder. KI-teknologi gjør det for nyhetsmediene mulig å automatisere deler av det journalistiske arbeidet, som til gjengjeld effektiviserer arbeidsprosesser. Kunstig intelligens tilbyr journalister uten programmeringsferdigheter muligheten til å gjennomføre dataanalyser på egenhånd, og gjør seg funksjonell som en sparringspartner i kreative prosesser. På denne måten oppfyller kunstig intelligens nyhetsmedienes ønske om å automatisere kjedelige og repetitive arbeidsoppgaver, og frigjør tid og ressurser til mer kreativt arbeid – helt i tråd med Chan-Olmsted (2019) og Pashevich (2018).

Informantene forteller at kunstig intelligens gjør det mulig for nyhetsmedier å tilpasse innholdet for leserne sine. KI-teknologi kan hjelpe nyhetsmediene med å predikere hvorvidt gitte lesere synes nyhetssaker er interessante, og å personalisere hvordan nyhetsinnhold presenteres. Det understrekes at nyhetsmediene fortsatt ønsker å ivareta et redaksjonelt eierskap over forsiden sine, og at alle lesere må presenteres for viktig innhold. Å tilpasse *hvordan* lesere får presentert nyhetsinnhold, er for nyhetsmediene et virkemiddel for å nå ut til yngre lesere – og illustrerer i tråd med Klopčič et al. (2020) hvordan nyhetsmedier ønsker å tilpasse seg et endrende medielandskap (s. 327). Saken oppsummert er et godt eksempel på dette, som ble implementert med formål om å nå ut til yngre lesere og oppsummere sakens innhold for leseren. Til tross for den redaksjonelle forventningen om at tjenesten ville redusere lesetiden, har tjenesten snarere vist seg å ha motsatt effekt.

Til sist er kunstig intelligens nyttig for nyhetsmediene da det forbedrer praksisen av å overvåke hva som skjer i samfunnet. Informantene forteller hvordan kunstig intelligens kan anvendes som et avansert varslingsystem, hvilket gjør det lettere å avdekke saker med nyhetsverdi, og

derav reduserer behovet for manuell journalistisk skraping. Informantene illustrerer på denne måten, i tråd med Gaikwad (2024), hvordan datajournalistikk og kunstig intelligens endrer hvordan nyheter samles inn og presenteres (s. 3). Kunstig intelligens som teknologi har dermed en rekke bruksområder for nyhetsmediene, eksempelvis å automatisere, effektivisere, predikere, personalisere og å overvåke.

8.2 Kunstig intelligens og retningslinjer

Jeg har ytterligere undersøkt *hvilke retningslinjer som eksisterer for bruk av kunstig intelligens*, og slik det kommer frem av informantene er det tydelig hvordan nyhetsmediene er tidlige i prosessen av å implementere kunstig intelligens. Av Adresseavisen, NRK Trøndelag og Nidaros er det på dette stadiet bare de to førstnevnte som har utarbeidet et sett med redaksjonelle retningslinjer for bruk av KI.

Både Adresseavisen og NRK Trøndelag sine interne redaksjonelle retningslinjer er utarbeidet i tråd med Vær Varsom-plakatens formuleringer. Retningslinjene for bruk av kunstig intelligens fungerer på denne måten som en begrensning på teknologien kapasiteter. Til tross for at kunstig intelligens som teknologi er kapabel til å generere en rekke digitalt innhold, som f.eks. tekst, bilder, videoer, stemmer og etterligninger av personer – så sier de redaksjonelle retningslinjene til både Adresseavisen og NRK Trøndelag at KI-teknologi ikke skal anvendes til slike formål, av hensyn til nyhetsmedienes pålitelighet.

Informantene forteller at nyhetsmedier lever av tilliten til sine lesere, og at de derfor ikke ønsker å utfordre den etablerte journalistiske etikken, slik det redegjøres for i Vær Varsom-plakaten (Pressens Faglige Utvalg, 2023). De redaksjonelle retningslinjene for bruk av kunstig intelligens gjør at nyhetsmedienes bruk av KI-teknologi tilpasses i tråd med journalistiske verdier – hvilket godt illustrerer teknologiers *forhandlingsbarhet*, hvor teknologi formes og endres i tråd med brukerens (her forstått som nyhetsmedienes) sosiale behov og ønsker (Williams et al., 2000, s. 39 & 42-44).

8.3 Journalistikkens autonomi og omdømme

Til sist ønsket jeg i forbindelse med nyhetsmedienes møte med kunstig intelligens å undersøke *på hvilken måte kunstig intelligens utfordrer journalistikkens autonomi og omdømme*. Kunstig

intelligens som teknologi er kapabel til å produsere og fabrikke innhold, som i dagens digitale tidsalder, med en tilhørende digital informasjonsoverflod, medfører utfordringer knyttet til redaksjonell kredibilitet. Kunstig intelligens utfordrer på denne måten journalistikkens omdømme, da teknologien forenkler prosessen av å fabrikke innhold, som ikke har røtter i fakta eller virkelighet.

Informantene forteller at det for redaksjonelle nyhetsmedier er helt utelukket å anvende KI til å fabrikke innhold, men at teknologien gjør at det stilles helt nye krav til faktasjekking. Nyhetsmediene anser det derfor som helt nødvendig å beholde den menneskelige kontrollen, og understreker at nyhetsinnhold produsert ved hjelp av kunstig intelligens, aldri skal publiseres og presenteres for lesere uten å ha blitt kontrollert. Nyhetsmediene er på denne måten enige med Hansen et al. (2017), som understreker viktigheten av å beholde «humans in the loop» (s. 2), for å ivareta redaksjonell pålitelighet og lesernes tillit.

Informantene hevder at kunstig intelligens aldri vil kunne erstatte *journalistisk teft*, som ifølge informantene er helt essensiell i produksjon og formidling av kredible nyheter. Kunstig intelligens vil ifølge informantene ikke være i stand til å differensiere hva noen sier og hva de mener, og hevder på denne måten i likhet med Dreyfus (1992) og Strümke (2023) at KI mangler en menneskelig kontekstuell forståelse. Informantene er derfor sikre på at KI ikke vil erstatte journalistisk arbeid – redaksjonelle medarbeidere som ikke evner å anvende teknologien i sitt eget arbeid, vil imidlertid erstattes av andre som kan det. Kunstig intelligens utfordrer likevel på denne måten ikke journalistikkens autonomi – da teknologien i seg selv ikke erstatter journalistikk, men anvendes som en redaksjonell lagkamerat, i tråd med Trujillo et al. (2019) sine formuleringer.

8.4 Veien videre

Da mitt forskningsprosjekt er et resultat av empiri hentet fra informanter med tilknytning til redaksjonelle mediehus, mangler prosjektet innsikt i lesernes perspektiv. Fremtidige undersøkelser burde derfor i større grad inkludere, eller ta høyde for hvordan leserne forholder seg til, og påvirkes av nyhetsinnhold produsert ved hjelp av kunstig intelligens. En dypere forståelse av lesernes tillit, engasjement og oppfattelse av nyhetskilder som anvender KI-teknologi vil bidra til å evaluere teknologiens faktiske innvirkning. Da nyhetsmediene er i en tidlig fase av å implementere KI-teknologi er det også behov for flere longitudinelle studier.

Studier som kartlegger endringer over tid vil kunne identifisere utfordringer og muligheter, samt evaluere teknologiens langsiktige påvirkning på journalistikken. Dette vil gi innsikt i hvorvidt KI forankrer seg, og gjennom en *lukkingsprosess* blir en standard for nyhetsproduksjon, slik det omtales i sosial forming av teknologi (Williams et al., 2000, s. 40 & 44-46).

Slik jeg argumenterer for i kapittel 4.6, har forskningsprosjektet moderat generaliserbarhet. Informantene trekker tråder til andre nyhetsmedier i sin omtale av kunstig intelligens i redaksjonell sammenheng, hvilket gjør det nærliggende å anta at det ikke vil være store forskjeller ved bruk av KI mellom nyhetsmedier i Norge. Det samme er imidlertid ikke gjeldende for nyhetsmedier andre steder i verden, og det er derfor nødvendig med tilsvarende undersøkelser av nyhetsmedienes bruk av KI andre steder.

Da KI-teknologi kan anvendes til å fabrikere innhold, er det derav også interessant og av stor viktighet å undersøke hvordan bruk av kunstig intelligens kan bidra til å svekke demokratiske verdier. KI gjør det mulig å manipulere publikums oppfatninger ved bruk av fabrikkert innhold, og i steder av verden hvor demokratiet utfordres, er det nødvendig å undersøke hvorvidt politiske ledere forlenger egen makt ved å kontrollere hva befolkningen oppfatter som sant og usant.

Referanseliste

- Anantrasirichai, N. & Bull, D. R. (2021). Artificial intelligence in the creative industries: a review. *Artificial Intelligence Review*, 55, 589-656. <https://doi.org/10.1007/s10462-021-10039-7>
- Ask, K & Sjøraa, R. A (2021). *Digitalisering: Samfunnsendring, brukerperspektiv og kritisk tenkning* (1. utg.). Fagbokforlaget.
- Borchgrevink-Brækhus, M. (2022). «Det er ikke plass til alt på internett»: algoritmestyrte forsider og redaksjonelle vurderinger. *Norsk medietidsskrift*, 29(3), 1-17. <https://doi.org/10.18261/nmt.29.3.4>
- Bowd, K. (2016). Social media and news media: Building new publics or fragmenting audiences?. Griffiths, M & Barbour, K. (Red.), *Making Publics, Making Places* (129-144). University of Adelaide Press. <https://www.jstor.org/stable/10.20851/j.ctt1t304qd.13>
- Brosveet, J. & Sørensen, K. H. (2000). Fishing for Fun and Profit? National Domestication of Multimedia: The Case of Norway. *The Information Society* 16(4), 263-276. <https://doi.org/10.1080/019722400457243>
- Chan-Olmsted, S. M. (2019). A Review of Artificial Intelligence Adoptions in the Media Industry. *International Journal on Media Management*, 21(3-4), 193-215. <https://doi.org/10.1080/14241277.2019.1695619>
- Dodds, T., Reséndez, V., von Nordheim, G., Araujo, T. & Moeller, J. (2024). Collaborative Coding Cultures: How Journalists Use GitHub as Trading Zone. *Digital Journalism*, 1-22. <https://doi.org/10.1080/21670811.2024.2342468>
- Dreyfus, H. L. (1992). *What Computers Still Can't Do: A critique of Artificial Reason*. MIT Press. https://terrorgum.com/tfox/books/whatcomputersstillcantdo_acritiqueofartificialreason.pdf
- Fisher, C., Flew, T., Park, S., Lee, J. Y. & Dulleck, U. (2020). Improving Trust in News: Audience Solutions. *Journalism Practice*, 15(10), 1497-1515. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1787859>

- Gaikwad, N. (2024). Data Journalism: Revolutionizing Reporting in the Age of Information. *Mahratta: Multi-Disciplinary Journal*, 1(2), 1-3. <http://210.212.169.38/xmlui/handle/123456789/16071>
- Gillian, D. M. U. (2001). Dumbing down or shaping up?: New technologies, new media, new journalism, *Journalism*, 2(2), 175-196. <https://doi.org/10.1177/146488490100200204>
- Hansen, M., Roca-Sales, M., Keegan, J. & King, G. (2017). Artificial Intelligence: Practice and Implications for Journalism. *Tow Center for Digital Journalism, Columbia University*. <https://doi.org/10.7916/D8X92PRD>
- Helberger, N., van Drunen, M., Moeller, J., Vrijenhoek, S. & Eskens, S. (2022): Towards a Normative Perspective on Journalistic AI: Embracing the Messy Reality of Normative Ideals. *Digital Journalism*, 10(10), 1605-1626. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2152195>
- Himma-Kadakas, M. (2017). Alternative facts and fake news entering journalistic content production cycle. *Cosmopolitan Civil Societies*, 9(2), 25-41. <https://doi.org/10.5130/ccs.v9i2.5469>
- Holand, A. M. & Engan, B. (2020). Nyheter på autopilot? *Norsk Medietidsskrift*, 27(2), 1-17. <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2020-02-03>
- IBM. (2021, 6. Oktober). *What is artificial intelligence (AI)?*. ibm.com. <https://www.ibm.com/topics/artificial-intelligence>
- Johnsen, C. S. (2023, 27. November) Adresseavisens redaksjonelle retningslinjer for bruk av kunstig intelligens. *Adresseavisen*. <https://www.adressa.no/forbruker/i/xgovkl/adresseavisens-redaksjonelle-retningslinjer-for-bruk-av-kunstig-intelligens>
- Kline, R. R. (2017). Humans and Machines. *Technology and Culture*, 58(3), 835-845. <https://www.jstor.org/stable/pdf/26803401.pdf>
- Klopčič, A. L., Hojnik, J., Bojnec, S. & Papler, D. (2020). Global Transition to the Subscription Economy: Literature review on Business Model Changes in the Media Landscape. *Managing Global Transitions*, 18(4), 323-348. <https://doi.org/10.26493/1854-6935.18.323-348>

- Lupton, D. (2015). *Digital Sociology* (1. utg.). Routledge.
<https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=nlebk&AN=882752&site=ehost-live&scope=site>.
- Mauren, A. (2014, 7. Oktober). Historien om skrivemaskinen og hvorfor tastaturet ikke begynner med ABC. *Aftenposten*. <https://www.aftenposten.no/norge/i/zLb3r/historien-om-skrivemaskinen-og-hvorfor-tastaturet-ikke-begynner-med-abc>
- Moran, R. E. & Shaikh, S. J. (2022). Robots in the News and Newsrooms: Unpacking Meta-Journalistic Discourse on the Use of Artificial Intelligence in Journalism. *Digital Journalism*, 10(10), 1756-1774. <https://doi.org/10.1080//21670811.2022.2085129>
- Newman, M. Z. (2010). New media, young audiences and discourses of attention: from Sesame Street to 'snack culture'. *Media, Culture & Society*, 32(4), 581-596.
<https://doi.org/10.1177/0163443710367693>
- Noain-Sánchez, A. (2022). Addressing the Impact of Artificial Intelligence on Journalism: the perception of experts, journalists and academics. *Communication & Society*, 35(2), 105-121.
<https://doi.org/10.15581/003.35.3.105-121>
- OpenAI (2024a). DALL-E (6. mai-versjon 3) [Programvare]. <https://chatgpt.com/g/g-2fkFE8rbu-dall-e>
- OpenAI. (2024b). *How ChatGPT and our language models are developed*. openai.com.
<https://help.openai.com/en/articles/7842364-how-chatgpt-and-our-language-models-are-developed>
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, Karl., Larsen, L. O. & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Fagbokforlaget.
- Pashevich, E. (2018). *Automation of news production in Norway: Augmenting newsroom with artificial intelligence*. [Masteroppgave, Universitetet i Oslo]. DUO Vitenarkiv.
<https://www.duo.uio.no/handle/10852/63213?show=full>
- Pressens Faglige Utvalg. (2023). *Vær Varsom-plakaten*. presse.no. <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>

- Ringdal, K. (2018). *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode* (4. utg.). Fagbokforlaget.
- Skjølsvold, T. M. (2017). *Vitenskap, teknologi og samfunn: En introduksjon til STS* (1. utg.). Cappelen Damm.
- Sovacool, B. K. & Hess, D. J. (2017). Ordering theories: Typologies and conceptual frameworks for sociotechnical change. *Social Studies of Science*, 47(5), 703-750.
<https://doi.org/10.1177/0306312717709363>
- Støstad, M. N., Mon, S. T. & Solvang, R. (2024, 6. Januar). NRK avslører: 44 000 inngrep i norsk natur på fem år. *nrk.no*. https://www.nrk.no/dokumentar/xl/nrk-avslorer_-44.000-inngrep-i-norsk-natur-pa-fem-ar-1.16573560
- Strümke, I. (2023). *Maskiner som tenker: algoritmenes hemmeligheter og veien til kunstig intelligens* (1. utg.). Kagge Forlag.
- Tidemann, A. & Elster, C. (2023, 26. Juli). maskinlæring. I *Store norske leksikon*.
<https://snl.no/maskinlæring>
- Tjora, A. (2021). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (4. utg.). Gyldendal.
- Trujillo, A. C., Gregory, I. M. & Ackerman, K. A. (2019). Evolving Relationship between Humans and Machines. *IFAC-PapersOnLine* 51(34), 366-371.
<https://doi.org/10.1016/j.ifacol.2019.01.015>
- Universitetet i Oslo. (2024, 24. Januar). *Nettskjema-diktafon mobilapp*. uio.no.
<https://www.uio.no/tjenester/it/adm-app/nettskjema/hjelp/diktafon.html>
- Vermeer, S., Trilling, D., Kruikemeier, S. & de Vreese, C. (2020). Online News User Journeys: The Role of Social Media, News Websites, and Topics. *Digital Journalism*, 8(9), 1114-1141.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1767509>
- Williams R., Slack, R., & Stewart, J. (2000). *Social Learning in Multimedia – Final Report* (4141 PL 951003) Edinburgh: Research Centre for Social Sciences.
https://cordis.europa.eu/docs/projects/files/SOE/SOE1961019/76095541-6_en.pdf

Williams, R. & Edge, D. (1996). The social shaping of technology. *Research Policy*, 25(6), 865-899.
[https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2).

Wölker, A. & Powell, T. E. (2018). Algorithms in the newsroom? News readers' perceived credibility and selection of automated journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 22(1), 86-103. <https://doi.org/10.1177/1464884918757072>

Vedlegg

Vedlegg 1: Samtykkeskjema

Vil du delta i forskningsprosjektet Kunstig Intelligens og Nyhetsproduksjon?

Formålet med prosjektet

Dette er et spørsmål til deg om du vil delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan kunstig intelligens benyttes i nyhetsmedier og innholdsproduksjon. Prosjektet er en masteroppgave, som ønsker å søke innsikt i hvordan norske nyhetsmedier benytter kunstig intelligens, samt hvorvidt det benyttes og til hvilke formål. I den anledning ønsker prosjektet å komme i kontakt med individer tett på mediebransjen, for å undersøke hvem det er som benytter kunstig intelligens som verktøy, hvordan det benyttes, hvordan det ønskes å videreutvikles, hvilken effekt det har på arbeidet og hvorvidt det påvirker nyhetssakene leserne presenteres for (og hvordan).

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Du får denne forespørselen fordi du er tett på mediebransjen, og sannsynligvis evner å gi god innsikt til det overnevnte forskningsformålet. Du og din erfaring kan i ypperste grad gi meg som forsker god innsikt i hvordan kunstig intelligens benyttes i dag, så vel som hvordan det ønskes å benyttes i fremtiden. Du er sannsynligvis også i besittelse av verdifulle og arbeidsrelevante drøftinger, vurderinger og slutninger jeg som utenforstående ikke selv ville kommet frem til.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

- NTNU er ansvarlig for personopplysningene som behandles i prosjektet.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Hva innebærer det for deg å delta?

- Å stille opp på ett intervju, som vil vare i omtrent 45-60 minutter.
- Innsamling av navn, kontaktopplysninger, jobbsituasjon og erfaring.
- For å sikre korrekt gjengivelse av sitater vil det benyttes lydopptak under intervjuet.
 - Nettskjema - diktafon og/eller zoom vil benyttes for innsamling og behandling av intervjuene

Kort om personvern

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrivet. Vi behandler personopplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Du kan lese mer om personvern under.

Med vennlig hilsen

Hendrik Spilker
(Forsker/veileder)

Peder Husby Løken
(Masterstudent)

- Du kan lese mer om personvern under.

Utdypende om personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

- Det er kun veileder (prosjektansvarlig) og masterstudenten som har tilgang til personopplysninger som samles inn.
- For å sikre anonymitet vil ditt navn ikke lagres i tråd med de svar du gir i intervjuet. Ditt navn og andre opplysninger som kan knyttes til deg vil derfor erstattes med en kode – dette sikrer at dersom datamaterialet kommer på avveie, så vil det ikke kunne knyttes til deg.
- Datamaterialet vil lagres på en sikker forskningsserver (Nettskjema – sikker løsning for datainnsamling).
- Du som deltaker vil ikke kunne gjenkjennes i den avsluttede oppgaven og ytterligere publikasjon dersom du ikke ønsker det – kan anonymiseres hvis ønskelig.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra NTNU har personverntjenestene ved Sikt – Kunnskapssektorens tjenesteleverandør, vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- å be om innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende,
- å få slettet personopplysninger om deg,
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Vi vil gi deg en begrunnelse hvis vi mener at du ikke kan identifiseres, eller at rettighetene ikke kan utøves.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Prosjektet vil etter planen avsluttes 06.06.2024.

Opplysningene vil da slettes.

Spørsmål

Hvis du har spørsmål eller vil utøve dine rettigheter, ta kontakt med:

- Prosjektansvarlig/Veileder: Hendrik Spilker, hendrik.spilker@ntnu.no, 73591849
- Vårt personvernombud: Thomas Helgesen, thomas.helgesen@ntnu.no, 93079038

Hvis du har spørsmål knyttet til Sikts vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt på e-post: personverntjenester@sikt.no, eller på telefon: 73 98 40 40.

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet Kunstig Intelligens og Nyhetsproduksjon, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju.

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

Intervjuguide

Kunstig intelligens og nyhetsproduksjon

Før intervjuet

- Sende samtykkeskjema til respondentene
- Få samtykkeunderskrift før intervjuets start

Introduksjon

- Takk for at du ønsker å stille til intervju! Undersøkelsen ønsker å se nærmere på hvordan kunstig intelligens har blitt benyttet i journalistisk arbeid, hvordan det for øyeblikket benyttes, så vell som hvordan det kan komme til å bli benyttet i fremtiden.
- I den anledning ønsker jeg å få innsikt i dine erfaringer og refleksjoner rundt bruken av kunstig intelligens. Hvordan teknologien benyttes som verktøy, hvordan det har påvirket deg og din arbeidshverdag, hvordan det har endret produktet av ditt arbeid, hvilken kompetanse som kreves for bruk av slike verktøy, hvilke fordeler og ulemper kunstig intelligens medfører, samt ulike etiske problemstillinger en må ta hensyn til.
- Intervjuet vil ha en varighet på omtrent 45-60 minutter, og intervjuet vil innledningsvis begynne litt mer generelt for å få innsikt i deg og din rolle, før spørsmålene blir mer spesifikke.
- For ordens skyld, prosjektet er både registrert og godkjent hos NSD, Norsk Senter for Forskningsdata, og det vil benyttes opptak gjennom intervjuet for å sikre korrekt gjengivelse av eventuelle sitater.
- Du som respondent vil anonymiseres dersom du ønsker det, og data som lagres og eventuelle sitater som benyttes i endelig masteroppgave vil ikke kunne knyttes direkte til deg.

Generelt

- Kan du beskrive din rolle og erfaring innen nyhetsproduksjon og eller utvikling av teknologi i nyhetsbransjen?
- Hvor mye har du vært involvert i eller observert bruk av kunstig intelligens i nyhetsproduksjon?
- Hvordan ser du påvirkningen av kunstig intelligens i dagens nyhetsproduksjon?

Teknologisk Utvikling og implementering (Generell bruk)

- Hvilke konkrete bruksområder ser du for kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen, kan du dele noen konkrete eksempler på hvordan kunstig intelligens har blitt implementert i nyhetsproduksjonen hos dere?
- Hvordan har tilpasningen til kunstig intelligens-teknologi forekommet, har det vært utfordrende å integrere teknologien inn i eksisterende arbeidsprosesser?
 - o Hvordan har kunstig intelligens endret eller forbedret nyhetsredaksjonens arbeidsflyt eller prosesser?
 - o Er det automatiserte prosesser som er fullstendig overlatt til teknologien, eller er det en mer interaktiv tilnærming der mennesker og kunstig intelligens samarbeider?
 - o Anser du kunstig intelligens å være en positiv eller negativ teknologi i henhold til nyhetsproduksjon? og Hvorfor?
- Ser du noen utfordringer eller begrensninger ved bruk av slik teknologi (kunstig intelligens) i nyhetsproduksjonen?
- Har du noen formening om hvilke KI verktøy som eksisterer for journalistisk arbeid i dag?
 - o Vet du hva de gjør?
 - Innholdsproduksjon eller innholdsformidling

Journalistisk pålitelighet

- Hvilken innflytelse har kunstig intelligens hatt på redaksjonelle beslutningsprosesser, som hvilke saker som publiseres, historietvalg og lignende?

- Har du noen tanker om hvordan bruk av kunstig intelligens påvirker journalistens arbeid?
 - Hvordan påvirker KI historerutvalg?
 - Hva med faktasjekking?
 - Hva med selve innholdsproduksjonen?
- Hvordan opplever du at slik teknologi påvirker journalistikkens kvalitet, originalitet og autenticitet?
- Hvordan sikrer dere at bruk av kunstig intelligens og eventuelle KI-verktøy som utvikles for nyhetsproduksjonen, er både pålitelige og nøyaktige?
 - Er det spesifikke tiltak som er satt i verk for å sikre nøyaktighet og relevans i generert innhold?

Evaluering, justering og opplæring

- Hvilken type opplæring og kompetanseutvikling tilbys redaksjonsmedlemmer og ansatte for å forstå og evne å benytte kunstig intelligens i sitt arbeid?
 - Hvilke strategier har dere i bedriften for opplæring og bruk av KI blant deres ansatte?
 - Hvordan håndteres endringer i arbeidsprosesser som følge av implementeringen av slik teknologi?
- Hvordan evaluerer dere suksessen til deres bruk av kunstig intelligens og slike verktøy?
 - Er det fastlagte kriterier for å måle effektivitet eller lignende?
 - Gjør dere periodiske justeringer basert på eksempelvis tilbakemeldinger og erfaringer?
- Samarbeider dere med andre mediehus i relasjon til bruk og implementasjon av KI?
 - Lærer dere fra andre aviser?
 - Hvem er «best i klassen»?
- Samarbeider dere i redaksjonen med forskningsinstitusjoner eller eksperter innen kunstig intelligens for å utforske nye anvendelser eller forbedringer av teknologien?
 - eller er det i all hovedsak en form for intern utvikling?

- Tenker du at et tettere samarbeid mellom akademia og nyhetsbransjen gjør seg fortjentlig når det gjelder kunstig intelligens og nyhetsproduksjon?

Bruker/Leserinvolvering

- Hvordan involverer dere lesere eller seere i beslutningsprosesser knyttet til bruk av kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen?
- Ser du potensialet for mer brukerinteraktivitet i fremtidige nyhetsprodukter som er støttet av kunstig intelligens?
- Har du noen tanker om hvordan leserne forholder seg til at innholdet de leser er produsert eller delvis produsert ved hjelp av kunstig intelligens?
 - Opplever dere økt eller redusert engasjement og tillitt?
 - Har dere fått noen tilbakemeldinger fra lesere om dette?

Etiske og samfunnsmessige implikasjoner

- Hvordan håndterer redaksjonen juridiske spørsmål knyttet til bruk av kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen, spesielt når det gjelder opphavsrett og ansvar for feilaktig informasjon?
- Hvordan kan redaksjoner sikre pålitelighet og transparens når kunstig intelligens brukes til å generere eller filtrere nyhetsinnhold?
 - Er det noen spesifikke tiltak redaksjonen tar for å sikre at leserne forstår hvordan kunstig intelligens påvirker nyhetene de presenteres for?
- Har du noen tanker om hvilke etiske implikasjoner det er viktig at dere tar hensyn til ved bruk av kunstig intelligens i nyhetsproduksjon?
 - Hvordan kan man sikre at kunstig intelligens ikke forvrenger eller forsterker eventuelle skjevheter eller fordommer i nyhetsdekningen?
 - Hvordan håndterer dere eventuelle persondata og sensitive opplysninger i forbindelse med innhold produsert ved hjelp av KI?
- Har dere noen retningslinjer for å ivareta interne opplysninger? (Eks: Konfidensiell informasjon som plottes inn i ChatGPT)

Fremtidsperspektiver

- Hvordan tror du bruk av kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen vil utvikle seg i fremtiden?
- Hva er de potensielle utfordringene og mulighetene for kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen på lang sikt?
- Ser du for deg at kunstig intelligens i nyhetsproduksjonen vil kreve endringer i arbeidsstyrkens sammensetning eller kompetanseprofil?
 - o Hvilke ferdigheter tror du vil være viktige for fremtidige nyhetsredaksjonsmedlemmer?
 - o Har du noen tanker om hvilke typer jobber det sannsynligvis vil bli mindre av?
 - Hva med mer av?
 - Hvordan vil arbeidsoppgave endres fremmover?
- Hvordan tror du fremtidige teknologiske innovasjoner vil forme journalistikk og nyhetsproduksjon?

Avsluttende bemerkninger

- Er det noe jeg ikke har spurt om som du ønsker å legge til?
- Takke for intervjuet.

