



Hvordan oppdage falske nyheter og persontilpasset innhold på nettet?

En guide for seniorer

 Medietilsynet

 Seniornett

 Tenk

Som Norges mediemyndighet har Medietilsynet blant annet ansvar for å bidra til kritisk medieforståelse i befolkningen. Kritisk medieforståelse er den kompetansen vi som mediebrukere trenger for å kunne navigere både aktivt og trygt i et stadig mer komplekst medielandskap.

“Medietilsynet ønsker derfor å bidra til å øke seniorennes kunnskap om digital kildekritikk og styrke deres kritiske medieforståelse”

Med internett er tilgangen til informasjon blitt enorm, og ofte er det vanskelig å avgjøre hva som er troverdig informasjon, fakta, løgn eller desinformasjon. Derfor er det så viktig å vite hva vi bør være obs på, og hvordan skal håndtere informasjon vi eksponeres for på nettet.

I september 2021 publiserte Medietilsynet en rapport om seniorers kritiske medieforståelse. I rapporten kom det frem at de eldste aldersgruppene vurderer seg mindre kompetent til å håndtere desinformasjon og falske nyheter på nett enn befolkningen ellers. Seniorene skåret også dårligere enn andre grupper i en test der de ble bedt om å identifisere en falsk nyhet.

Undersøkelsen viser dermed at de eldste ser ut til å være mer sårbare enn andre når det gjelder

desinformasjon og falske nyheter. Medietilsynet ønsker derfor å bidra til å øke seniorennes kunnskap om digital kildekritikk og styrke deres kritiske medieforståelse. Dette informasjonsheftet inneholder fakta om falske nyheter, desinformasjon, persontilpasset innhold og algoritmer, og

tips til hvordan dette kan håndteres. Sammen med en presentasjon om det samme temaet er heftet en del av Medietilsynets nye undervisningsopplegg for eldre om kritisk medieforståelse. Presentasjonen kan lastes ned på Medie-

tilsynets nettside. Undervisningsopplegget er utviklet i samarbeid med Seniornett Norge og Faktisk.no.

Fredrikstad, september 2021



Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



Innhold

2 Forord

4 Hvordan bruke heftet?

5 Personlig tilpasset innhold

- Hva er en algoritme?
- Hvordan virker algoritmene på nett?
- Salg av reklameplass
- Hva er en informasjonskapsel?

13 Falske nyheter og desinformasjon

- Hva er falske nyheter og desinformasjon?
- Politisk påvirkning
- Sosiale medier i valgkamp
- Utenlandsk valgpåvirkning i Norge
- EU-avtale for økt innsyn

16 Tips til å avsløre falske nyheter?

17 Hvorfor lages falske nyheter?

18 Eksempler på falske nyheter

- Helsefarlige falske nyheter
- En falsk sak om tre nøtter til Askepott
- Bot for utenlandske flagg i 17.mai tog
- Falske nyheter med økonomisk svindel
- Klarer seniorene å avsløre en falsk sak?

23 Begrepsforklaringer

25 Lesetips

Hvordan bruke heftet?

Dette informasjonsheftet inneholder faktakunnskap om falske nyheter, desinformasjon, persontilpasset innhold og algoritmer. Vi forklarer hva som kjenner tegner falske nyheter, og hvorfor og hvordan de oppstår og spres. For å gjøre det enklere å forstå viser vi konkrete eksempler på falske saker som er publisert, og gir tips til hvordan slike saker kan avsløres. Bakerst i heftet finner du en ordliste der relevante ord og begreper blir forklart.

Dette heftet er én av tre deler som inngår i et opplæringsopplegg om falske nyheter og persontilpasset innhold. De to andre delene er en opplæringspresentasjon og en veiledningsguide. Informasjonsheftet kan brukes alene eller som et supplement til de to andre delene.



Personlig tilpasset innhold

Før i tiden slo vi gjerne opp i leksikonet for å finne ut av det vi lurte på. I dag leter vi som regel etter svar på de samme spørsmålene på internett. Men det er ikke tilfeldig hvilken informasjon du eksponeres for på nettet. Visste du at den ofte er tilpasset akkurat deg?

Hva slags informasjon som dukker opp når du søker på nettet, varierer fra person til person ut fra hva slags informasjon teknologiselskapene har om deg. Når to ulike personer gjør det samme søket på Google, får de som regel helt ulike resultater, fordi Google tilpasser innholdet ut fra tidligere søk. Tilpasningen skjer ved at ulike programmer og nettsider bruker algoritmer (se neste avsnitt for beskrivelse av hva en algoritme er) for å sortere ut informasjon tilpasset deg, basert på dine tidligere bevegelser på nettet. Denne informasjonen brukes blant annet til å persontilpasse, mikromålrette eller skreddersy digitale annonser til deg på nettsider og i sosiale medier.

Samler personlig informasjon

En app på smarttelefonen samler ofte inn personlig informasjon om oss - for eksempel hvor vi er, hvem vi snakker med, og hva vi liker. Du får tilgang på gratis nettsider og sosiale medier. Teknologiselskapene tjener penger på å selge personlig informasjon om deg videre til annon-



sører, som ønsker å selge deg et produkt eller tjeneste. Dette kan gjøre at innholdet vi eksponeres for, oppleves mer relevant, men samtidig er det en fare for at vi gir fra oss opplysninger uten at vi er klar over det, eller informasjon vi ikke ønsker at andre skal ha tilgang til. Derfor er det viktig å være klar over hvordan personlig tilpasset innhold brukes, og hvordan det kan håndteres.

Det er viktig å huske på at informasjonen du finner på nettet, ofte er tilpasset deg, med formål om at du skal bruke mest mulig tid på appen eller påvirkes til å kjøpe en vare eller tjeneste.

HVA BRUKER DU APPENE TIL?



Sjekke innlegg



Sende meldinger



Sende epost



Finne veien



Lese nyheter



Følge med på helse



Søke på nett



Kjøp og salg



Se videoer

OG HVA BRUKER APPENE DEG TIL?

Mange apper samler inn data om hvem du er og hva du er opptatt av. Det kan være:

- Hva du liker
- Hva du kjøper
- Hvem vennene dine er
- Hva du ser på
- Hvor du er

HVA FÅR DU TILBAKE?

- Gratis apper og tjenester
- Mer innhold du allerede har vist interesse for
- Personlig tilpasset reklame
- Personlig tilpassede søkeresultater
- Personlig tilpassede nyheter
- Mindre av det du ikke visste fra før

HVORFOR?

Informasjonen om oss brukes til å tilpasse reklame og innhold i appene

- Appene får inntekter fra annonsører
- Jo mer tid du bruker på appen jo mer tjener de

Hva er en algoritme?

En algoritme kan forklares som en oppskrift som beskriver steg for steg hva som skal gjøres for å løse et problem eller oppnå et bestemt resultat.

Algoritmer defineres som en presis beskrivelse av en serie operasjoner for å løse et problem, og brukes for eksempel til å styre resultater av nettsøk via Google eller tilpasse hva slags innhold vi får i sosiale medier. Hvis teknologiselskapet vet hvor gammel du er, og hvor du bor, kan algoritmene bidra til at du får se reklame som er rettet mot din aldersgruppe og stedet du befinner deg på. Når en sosial medieplattform vet at du er opptatt av et tema og blir følelsesmessig engasjert i noe, er det kunnskap som kan brukes til å vise mer av dette innholdet. Det fører trolig igjen til at du bruker mer tid på sosiale medier.

Algoritmenes hensikt

Hensikten med algoritmer kan være å få frem de mest relevante søkeresultatene og visningene for brukerne. Dette kan bestemmes ut fra tidligere søkehistorikk, som innlegg i sosiale medier, hvilke nettsider du har besøkt, eller annen informasjon du tidligere har gitt fra deg på nettet. Informasjonen sier mye om hvem du er, hva som engasjerer deg, og hva slags produkter og tjenester det er sannsynlig at du kan påvirkes til å kjøpe.

Informasjonen kan også utnyttes kommersielt fordi annonsørene kan bruke den til å nå bestemte målgrupper med reklame for ulike produkter eller tjenester ved hjelp av algoritmer.

Relevante artikler

Ut fra søkehistorikk på nettet og artikler du har lest tidligere, kan medieaktører som aviser og tv-kanaler skreddersy visninger av annonser og nyheter ved bruk av algoritmer. På den måten kan for eksempel nettavisene tilby deg flere av de artiklene de tror er relevante for deg. Et eksempel på hvordan algoritmene blir brukt, er når det i slutten av en nyhetsartikkel i en nettavis står forslag til nye artikler du kan lese. Da står det gjerne «Les også», og så kan du velge mellom noen artikler som har lignende innhold som det du nettopp leste. Algoritmene kobler automatisk de to artiklene sammen fordi de handler om samme sak eller har liknende tema.



Hvordan virker algoritmene på nett?

Sosiale medier, for eksempel Facebook, samler inn mye informasjon om brukerne sine. Blant annet registreres det hvilke saker du leser, hvilke venner du har, hvem du skriver meldinger til, og hvilke saker du trykker «liker» på. Denne informasjonen brukes til å velge ut hvilke typer nyhetssaker, annonser og innlegg du får i sosiale medier som Facebook.

Hva slags informasjon og persondata teknologiselskapene har om brukerne, og hvordan den brukes, er lite gjennomskiktig. Det samles inn data via ulike sporingsteknologier og fra en rekke kilder. Denne informasjonen lagres og forvaltes i store databaser, analyseres i en automatisert og algorit mestyrt prosess, og videreselges på annonsebørser. Nettbrukere får sjelden eksplisitt informasjon om at de blir «solgt til høystbydende» annonsører hver gang de går inn på en nettside. Norske forbrukere har begrenset innsyn i hvordan personlige data forvaltes. Dette kan føre til skjult diskriminering eller uheldig markedsføring, der ressursvake forbrukere får dårligere vilkår og tilbud, eller der markedsføring utnytter sårbare personer (for eksempel eksponerer folk med betalingsproblemer for kredittkortreklame).



Facebook og Google har flere milliarder brukere. Hva slags treff du får når du googler, eller hvilket innhold du får se på Facebook eller andre sosiale medier, bestemmes av algoritmer og foregår automatisk. Målet er å sikre at du får opp innhold som er relevant og engasjerer deg. Bruken av algoritmer har skapt debatt i mange land fordi algoritmene også kan bidra til å påvirke våre meninger og valg. Forbrukerdata kan benyttes til fornuftige formål, som å utvikle bedre tilpassede produkter, mer skreddersydde og fleksible nettløsninger, og til å gi brukerne forslag til nye tjenester eller produkter som kan være nyttige og interessante for dem. Men slik datainnsamling kan også

“Algoritmene kan bidra til å påvirke våre meninger og valg”

medføre en «filtrert virkelighet» med ensrettet reproduksjon av brukerens eksisterende vaner, meninger og handlemønstre. Algoritmene kan videre bidra til at vi ikke blir tilbudt gode alternativer, fordi vi risikerer bare å bli eksponert for det innholdet som algoritmene tror den enkelte er interessert i. På den måten kan algoritmene påvirke oss uten at vi er klar over det.

Salg av reklameplass

Påvirkningen kan skje på flere ulike måter. For eksempel selger Facebook reklameplass til markedsaktører og andre som ønsker å fremme sine innlegg. Annonssørene som kjøper reklameplass eller betaler for at sine innlegg skal vises, kan skreddersy budskapet mot veldigpresise målgrupper.

Slik tjener Facebook penger:

Selv om du ikke betaler med penger for å bruke Facebook, betaler du med dine personlige data. Om en tjeneste er gratis, er det gjerne du som er produktet. Facebook tjener penger på den personlige informasjonen du gir fra deg på deres plattform. Det er annonsørene som er kundene, mens informasjon om deg og hva du er interessert i, er produktet de selger.

Det innholdet du møter i sosiale medier, er dermed en kombinasjon av hva du selv har vist interesse for tidligere, og hva andre har betalt for at du skal se (se illustrasjonen på neste side).



NÅR DU SJEKKER FACEBOOK
KAN DET VÆRE TUSENVIS AV NYE
POSTER FRA NETTVERKET DITT

Facebook kan ikke vise deg alt > Algoritmer velger ut innhold for deg >

DETTE FÅR DU SE

INNHold FRA VENNER OG SIDER DU LIKER



SLIK VIRKER FACEBOOK

Facebook bruker informasjonen om deg til å gi deg innhold de tror du vil like

1 GROVSORTERING

Facebook sorterer ut hva de tror du vil like aller best

2 SIGNALER

Facebook avgjør hva du får se gjennom informasjon de kaller:

- Det kan være:
- Hvem du er
 - Hva du liker
 - Hvor du er
 - Hvilke venner du har
 - Hva du er interessert i

3 SPÅDOMMER

Facebooks algoritmer bruker "signalene" til å spå hva slags innhold akkurat du vil se

4 SCORE

Facebook viser deg et utvalg av innlegg og reklame de mener har høy "score" for deg

Facebook selger detaljert informasjon om hvem du er og hva du liker til sine annonsører

DIN BRUK avgjør hva du får se



Hva er en informasjonskapsel?



Når du kommer inn på en ny nettside, får du gjerne spørsmål om å godkjenne bruk av informasjonskapsler. Informasjonskapsler, ofte kalt cookies, er en liten tekstfil som lastes ned og lagres på brukerens datamaskin når en nettside åpnes. Denne tekstfilen kan brukes til å huske innloggingsinformasjon, men også til å samle data om deg.

Det finnes mange ulike teknologier som sporer dine bevegelser på nettet, hvor informasjonskapsler er den mest kjente. De brukes for eksempel til å lagre innloggingsdetaljer, registrere hvor brukeren beveger seg rundt på nettstedet, eller til å huske handlekurven i nettbutikker. De kan også brukes til å lagre hvilke nettbutikker du har besøkt, og hva du har søkt etter der. Om du søker etter sykler på en nettside, kan maskinen din lagre denne informasjonen ved hjelp av en informasjonskapsel. Når du senere kommer på en annen nettside med reklame, kan annonsørene ha kjøpt informasjon om at du er interessert i sykler, og presentere sykkelreklamer for deg. Dermed kan annonsørene på nettet bruke informasjonskapsler kommersielt, slik at du får reklame for produkter du har sett på før (se illustrasjonen på neste side).

Tips: Slik fjerner du cookies

Cookies kan fjernes med jevne mellomrom fra nettleseren din. Dette gjør du ved å åpne nettleseren, for eksempel Chrome.

Øverst til høyre klikker du på «**Innstillinger**». Deretter trykker du på «**Personvern og sikkerhet**» i menyen.

Klikk deretter på «**Informasjonskapsler og nettstedetsdata**» og «**Se alle informasjonskapsler og nettstedetsdata**». Til slutt bekrefter du slettingen med «**Fjerne alle**».

Da fjerner du informasjonskapslene som er lagret frem til det tidspunktet, mens nye informasjonskapsler blir lagt til.

Andre nettlesere har lignende fremgangsmåter for å fjerne cookies.

Falske nyheter og desinformasjon

Med internett har tilgangen til informasjon blitt enorm, og ofte er det vanskelig å avgjøre hva som er troverdig informasjon, fakta, løgn og desinformasjon.

Der det før kunne ta dager å få nyheter om konflikter eller store hendelser i utlandet, kan vi nå følge nyhetene på direkten. Der vi før hadde en lokalavis, NRK og riksavisene som forklarte oss hva som skjedde, finnes det nå et uendelig antall kilder som både forteller oss hva som skjer, hvordan det skjer, og hvorfor. Utviklingen av internett har åpnet en ny verden av muligheter både når det gjelder å få tilgang til og selv publisere innhold. Men samtidig er det viktig å være klar over at ikke all informasjon du finner på nettet, er til å stole på.

Derfor trenger vi alle kunnskap om digitale kilder og å kjenne til metoder som kan brukes for å avgjøre om informasjonen vi eksponeres for, er sann eller usann. Vi bør ha en kritisk tilnærming både til selve innholdet og til kilden som publiserer det. Mye kan oppdages ved å se på tekniske detaljer som for eksempel feltet med nettadressen. Samtidig kan det være lurt å sjekke hva andre nettstedet sier om den aktuelle kilden.

I 2017 ble faktasjekkjenesten Faktisk.no opprettet. Faktisk.no er eid av VG, Dagbladet,

NRK, TV 2, Polaris Media og Amedia. Faktisk.no er en uavhengig redaksjon som faktasjekker samfunnsdebatten og det offentlige ordskiftet i Norge. Faktisk.no jobber også for å avdekke og forhindre spredning av falske nyheter. Høsten 2018 ble Faktisk.no en del av Facebooks faktasjekksamarbeid «Third-party fact-checking».



Hva er falske nyheter og desinformasjon?

Falske nyheter er nyheter som fremstår som ekte, men som helt eller delvis er basert på en løgn. Avsenderen og distributøren kan være mer eller mindre bevisst på at informasjonen er usann.

Når vi snakker om falske nyheter, kan vi skille mellom begrepene feilinformasjon og desinformasjon. Feilinformasjon regnes som ubevisste feil, mangelfull eller misvisende informasjon. Slurv og unøyaktigheter havner ofte i denne kategorien, når feilen som har oppstått, er utilsiktet. Desinformasjon er derimot systematisk og bevisst feilinformasjon, altså at noen bevisst forsøker å villede deg. Hensikten bak desinformasjon kan være politisk motivert, å skape informasjonskaos, mistillit til det politiske

systemet, hatefulle ytringer mot en person eller gruppe, økonomisk vinning eller svindel. Falske nyheter og desinformasjon blir ofte spredd raskt gjennom sosiale medier som Facebook, YouTube og Twitter, og kan til forveksling ligne redaksjonelle nyheter.

Å bruke journalistiske virkemidler for å fange oppmerksomhet og skape tillit, kan være et svært effektivt virkemiddel i ulike typer påvirkningsarbeid. Mange blir lurt av falske nyheter, nettopp fordi de utgir seg for å være journalistisk innhold. Dermed kan det være vanskelig å skille mellom hva som er en «ekte» nyhet, og hva som er falske nyheter i sosiale medier.

“Desinformasjon er systematisk og bevisst feilinformasjon”

Selv en video kan være falsk. Deepfakes er et begrep som brukes om manipulerte videoer. I deepfakes utnyttes kunstig intelligens for å endre videoer og lydinnhold. Stemmer og ansikter tilhører tilsynelatende ekte mennesker, men de er manipulert. Slik kan det fremstilles som de uttrykker helt andre budskap enn de i virkeligheten har gjort. Det er enkelt å forfalske bilder og videoer, og vanskelig å avsløre deepfakes. Derfor må vi være ekstra kritiske til det vi ser, og vurdere om vi kan stole på informasjonskilden. Om kilden er et redaktørstyrt medium, som VG, TV 2 eller NRK, er sannsynligheten stor for at informasjonen er kvalitetssikret. Facebook forbyr bruk av deepfake-teknologi på sin plattform.

Politisk påvirkning

Den amerikanske valgkampen i 2016 satte begrepet «falske nyheter» på dagsordenen. Presidentkandidaten Donald Trump ble beskyldt for å spre falske nyheter, samtidig som Trump selv beskyldte mediene for å spre «fake news». I ettertid har det vært mange diskusjoner om



spredningen av falske nyheter og målrettede kampanjer i sosiale medier var med på å påvirke utfallet av presidentvalget i USA og brexit i Storbritannia. Påvirkning av demokratiske valg, blant annet gjennom spredning av falske nyheter fra både statlige og ikke-statlige aktører, har fått betydelig internasjonal oppmerksomhet i etterkant av det amerikanske presidentvalget i 2016. Et demokrati er avhengig av at innbyggerne har tilgang til mangfoldig informasjon for å kunne ta opplyste valg og beslutninger. Falske nyheter og manipulert informasjon kan i ytterste konsekvens utfordre demokratiet.

President Donald Trump brukte i sin presidentperiode i USA ofte begrepet «fake news» for å diskreditere mediene, skape entusiasme hos tilhengerne sine og underminere motstandere. I forbindelse med presidentvalget i USA i 2020 spredte det seg sterke påstander om at valget var blitt «stjålet», og at det egentlig var Donald Trump som vant. Denne falske påstanden ble raskt distribuert i sosiale medier, og svært mange i USA trodde på den. Det førte til at mange Trump-tilhengerne protesterte mot valgresultatet og stormet Kongressen 6. januar 2021. Dette skjedde til tross for at FBI, CIA og flere rettsinstanser avviste at det hadde skjedd valgfusk. Når slike falske påstander ble delt i sosiale medier, bidro

det til at mange ble i tvil om hva som virkelig var sant – inkludert om Joe Biden egentlig var valgt til president. For at et demokrati skal fungere, er det avgjørende at innbyggerne stoler på at valg er gjennomført etter reglene. Hvis noen politikere undergraver mediernes rolle, kan det redusere tilliten til journalistikken og nyhetsredaksjonene. En slik tillit er avgjørende i et demokrati basert på ytringsfrihet og pressefrihet.

Sosiale medier i valgkamp

Sosiale medier er viktige kanaler for politisk påvirkning og valgkamp. I Norge er politisk reklame ulovlig på TV, men lovlig på nettet. Google og Facebook markerer politisk reklame som «annonser» eller «sponset», på lik linje med andre annonser. Politiske diskusjoner skjer også gjennom private og

“Falske nyheter kan i ytterste konsekvens utfordre demokratiet”

offentlige innlegg, og i grupper. Dette er en naturlig del av den politiske meningsutvekslingen på nett, og bidrar til en offentlig debatt.



Samtidig ser vi en økende tendens til ulovlig og uønsket politisk påvirkning på nettet og i sosiale medier, og det er ikke alltid lett å avdekke hvem som er avsender av politiske budskap. En del av innleggene kan være generert av informasjonsroboter, såkalte boter. I riksdagsvalget i Sverige i 2018 ble det registrert en dobling av Twitter-innlegg fra boter i månedene før valgdagen. Mange av innleggene var innvandringskritiske og støttet ytterliggående partier. I den norske valgkampen i 2019 ble det benyttet flere falske kontoer hvor det ble spredt ytterliggående politisk innhold.

Utenlandsk valgpåvirkning i Norge

Utenlandsk valgpåvirkning er en del av trusselvurderingen fra Politiets sikkerhetstjeneste og Etterretningstjenesten i Norge. I forkant av stortingsvalget 2021 skriver den norske regjerin-

gen: «De siste årene har det vært økt oppmerksomhet knyttet til fremmede staters påvirkning, herunder gjennom dataangrep og spredning av falske nyheter og desinformasjon, ved gjennomføring av valg i flere land. Slik påvirkning vil kunne utgjøre en trussel mot demokratiske prosesser, befolkningens tillit til valg gjennomføring, og dermed vår frihet og selvstendighet.» Den russiske påvirkningen av valget i USA i 2016, blant annet gjennom falske Facebook-kontoer, er godt dokumentert. Slike påvirkningsforsøk blir fremhevet som en trussel ved at falske innlegg kan undergrave politiske prosesser og øke polariseringen i Europa, slik man har sett i USA. Motivet for en slik utenlandsk påvirkning kan være å destabilisere demokratier og å skape mistillit til det politiske systemet. Det er ikke funnet systematiske forsøk på utenlandsk påvirkning av valgene i Norge og Sverige, men sosiale medier

har vært en viktig kanal for ulovlig utenlandsk valgpåvirkning i andre land.

EU-avtale for økt innsyn

Politisk reklame på internett er omdiskutert. En avtale mellom sosiale medieplattformer og EU sikrer innsyn og åpenhet der sosiale medier brukes til å promotere eller underminere en kandidat, samt hvor mye penger som er brukt på slike annonser. Teknologirådet har tatt til orde for en større grad av åpenhet om politisk reklame. I Norge har regjeringen innført flere tiltak for å hindre uønsket påvirkning både av politikere og befolkningen, både før kommunevalget i 2019 og Stortingsvalget i 2021. God kritisk medieforståelse og evne til å avdekke hva som er falske nyheter eller forsøk på valgmanipulasjon, er sentrale elementer.



Foto: Stortinget

STOPP. TENK. SJEKK.

Tips til å avsløre falske nyheter

Medietilsynets siste undersøkelse om kritisk medieforståelse (2021) viser at desinformasjon og falske nyheter er ganske vanlig i den norske befolkningen. Nesten sju av ti har opplevd å komme over informasjon på nett de var i tvil om var sann, ifølge undersøkelsen.

Medietilsynet har lansert kampanjen «**Stopp. Tenk. Sjekk**» for å hjelpe folk til å bli mer kildekritiske og avsløre falske nyheter og desinformasjon i forbindelse med høstens stortingsvalg. Kampanjen er et samarbeid mellom Medietilsynet, Landslaget for lokalaviser, Faktisk.no og Direktoratet for samfunnssikkerhet og beredskap og er ett av flere tiltak i regjeringens handlingsplan for å hindre uønsket påvirkning ved stortingsvalget 2021.

Vekker saken sterke følelser?

Saker som vekker sterke følelser, deles ofte av mange. En del nettsider publiserer derfor slike saker for å få mange klikk. Du bør være ekstra forsiktig med å dele saker som vekker sterke følelser.

Virker saken for utrolig?

Falske saker har ofte fengende overskrifter, STORE BOKSTAVER og utropstegn! Vær bevisst på at en overskrift og et bilde ikke gir deg hele historien. Sjokkerende overskrifter som virker for utrolige til å være sanne, er ofte det.

Tror du på bildet?

Et bilde kan også lyve. Falske, nyhetslignende saker bruker ofte bilder som er tatt ut av sin sammenheng. Moderne teknologi gjør det også enkelt å produsere falske video- og lydopptak, såkalte deepfakes.

Prøver saken å påvirke deg?

En sak har som regel flere sider. Du bør derfor være kritisk hvis bare én part slipper til. Sterke politiske budskap eller ekstreme påstander som spres, bør du undersøke nærmere.

Finner du saken andre steder?

Oppsiktsvekkende nyheter sprer seg raskt. Hvis ingen andre medier rapporterer om det samme, kan det bety at saken er falsk.

Hvem står bak saken?

Sjekk adresselinjen til nettstedet. Falske nyheter har ofte en nettadresse eller et utseende som ligner på en kjent nyhetskilde. Sjekk avsenderen og hva andre sier om kilden.

Hvorfor lages falske nyheter?

Det kan være flere årsaker til at falske nyheter blir produsert. Her er noen:

- **Reklameinntekter:** Falske nyheter får ofte mange klikk på nettet, noe som gir reklameinntekter når leserne ser reklamen på nettsiden der den falske nyheten er publisert.
- **Svindel:** Økonomisk svindel gjennom falske nyheter har vist seg å være effektivt. For eksempel er mange norske kjendiser misbrukt i bitcoinsvindel, der artiklene utgir seg for å komme fra kjente medier som Dagbladet. Sakene spres i sosiale medier som Facebook og Twitter, og skal lure deg til å oppgi nok opplysninger til at svindlerne kan tappe bankkontoen din.
- **Påvirkning:** Falske nyheter har ofte noe sjokkerende ved seg. På den måten sprer de seg fort og kan lett feste seg som en sannhet som påvirker folk.
- **Skape mistillit:** Noen kan ha interesse av å skape mistillit, for eksempel mellom ulike parter, ved å fremme påstander som ikke er sanne.
- **Valgmanipulasjon:** Falske nyheter er brukt aktivt i flere valgkamper, hvor det amerikanske valget i 2016 og Brexit er mest kjent. Det er godt dokumentert at både vestlige selskaper og utenlandske aktører har påvirket demokratiske valg.

Eksempler på falske nyheter

Det finnes mange ulike former for falske nyheter. Her ser du noen eksempler på ulike typer falske nyheter fra Norge og andre land.

Helsefarlige falske nyheter

Under korona-pandemien har det blitt publisert flere ulike former for falske nyheter. I Iran ble det for eksempel spredd en falsk nyhet om at metanol kan rense fordøyelsessystemet for koronaviruset. Det førte til at hundrevis av iranere drakk hjemmebrent sprit med det giftige stoffet metanol. Nærmere 300 døde og 1000 ble syke etter dette falske rådet.



Denne saken er hentet fra TV 2s nettsider. Nyhetssaken ble publisert 28.mars 2020 på TV 2. Kilde: Faktisk.no



FALSKE NYHETER: Koronafrikten i Iran har ført til at flere iranere har drukket den giftige alkoholen metanol, som man trodde var en motgift. Foto: Ebrahim Noroozi

TRODDE ALKOHOLEN VAR KORONA-KUR:

Nærmere 300 døde etter falskt koronarád

Falske nyheter om at metanol kan rense fordøyelsessystemet for koronaviruset, har spredd seg i Iran. Det har fått fatale konsekvenser.

En falsk sak om Tre nøtter til Askepott

I desember 2020 fikk mange norske Facebook-brukere opp en nyhets-sak om at NRK skulle fjerne juleklassikeren *Tre nøtter til Askepott* fra TV på julaften fordi filmen ville være krenkende for allergikere. Saken ble publisert på nettsiden Nyhetshjulet.no, som lager saker med satirisk preg. Artikkelen var merket som «nyhet», bildet i saken viste Askepott fra filmen, og den lignet på mange måter en vanlig nyhetssak. Slike saker er noen ganger merket med «satire», men ikke alltid. Når sakene deles i sosiale medier, kommer ikke merkingen alltid med. Viralnettsteder ser ut som nettaviser, men de har verken journalister eller redaksjon. Ofte sprer viralnettstedene sakene sine gjennom sosiale medier og har gjerne overskrifter som er spennende eller sjokkerende. Målet er at innlegget skal nå flest mulig brukere. Disse nettstedene tjener penger på at du leser artiklene deres og deler dem videre. Viralnettsteder lager ofte saker om dyrevideoer, hjerteskjærende historier, kongelige nyheter eller kjendisnyheter og sport. Det er viktig å være oppmerksom på at disse nettstedene også kan dele tvilsomme eller sjokkerende helsetips kamouflert som seriøse saker.

For å unngå at du blir lurt eller selv bidrar til å spre desinformasjon, er det viktig å vite at det finnes nettsider i Norge som publiserer saker som ikke er sanne. Sjekk derfor informasjon fra nettsider du ikke har hørt om før, ekstra nøye.



Denne saken er hentet fra satiresiden Nyhetshjulet.no. Denne satiresaken ble publisert 6. desember 2020. Kilde: Faktisk.no



Bot for utenlandske flagg i 17.mai-tog

Med jevne mellomrom dukker det opp falske saker som sprer seg veldig fort fra ukjente nettsider. Et eksempel var en falsk nyhetssak om at det var innført bøter for å gå med utenlandske flagg i 17. mai-tog. Dette var en av de mest delte artiklene i sosiale medier i Norge i 2018. Saken ble spredt fra nettsiden Dagmagasinet.com og vekket stor oppmerksomhet både i Norge og internasjonalt. Nettsiden eksisterer ikke i dag og var en del av et nettverk av nettsider som spredte falske nyheter for å tjene penger. Dagmagasinet.com oppgir ikke kontaktinformasjon på nettsiden, og det står ikke hvem som har skrevet saken. Da Dagmagasinet.com ble sjekket av faktasjekkere, ble nettsiden lagt ned. Saken ble blant annet delt videre i Facebook-gruppene «Vi som ønsker Sylvi Listhaug som statsminister i Norge», «Fedrelandet viktigst» og «Vi som støtter Sylvi Listhaug» (se bilde).

Falske saker spiller ofte på sterke følelser som frykt, sinne eller fordommer mot kontroversielle temaer. Det kan være lurt å sjekke sjokkerende saker som sprer seg fort i sosiale medier, mot redaktørstyrte medier.



Denne saken viser et eksempel på en falsk nyhet som er publisert av nettstedet Dagmagasinet.com.
Kilde: Faktisk.no

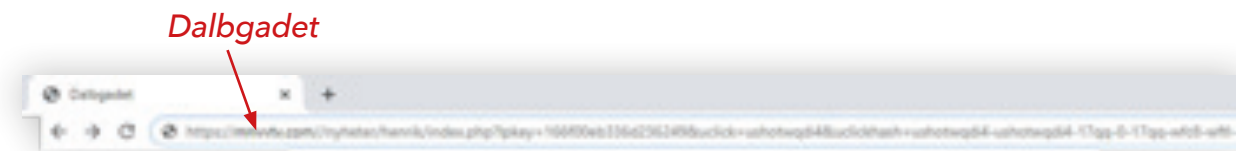


Falske saker og økonomisk svindel

Mange lager falske nyheter for å tjene penger, og dette kan gjøres på ulike måter. Noen aktører prøver å få deg til å kjøpe et produkt som ikke finnes. Slik type svindlere ber deg gjerne å gi fra deg betalingsopplysninger eller til å overføre penger, uten at du får noe igjen for det. Et typisk eksempel på dette er svindel med Bitcoin. Mange norske kjendiser og medier har blitt misbrukt i Bitcoin-svindel, (se bilde).

Den falske saken handlet om en norsk kjent skuespillers suksess med å investere i bitcoins. Ved første øyekast kan det virke som en sak fra Dagbladet.no. Selv om saken er usann/falsk, virker konteksten forholdsvis seriøs. Den har nyhetslignende språk og inneholder mange av de vanlige kjennetegnene vi finner i en ordinær nyhetsartikkel fra et redaktørstyrt medium. Likevel er det flere trekk ved utformingen som skiller seg fra en vanlig Dagbladet-sak:

I adresselinjen øverst på nettleseren ser man at Dagbladet ikke er avsender. I tillegg har fanen på nettleseren «Dalbgadet» som kilde. Ingen journalister er kreditert, og skrifttypen er noe annerledes enn den Dagbladet bruker.



Ett eksempel på en falsk nyhet hvor skuespiller Henrik Mestad er misbrukt i bitcoinsvindel. Saken ble publisert på Twitter i oktober 2020. Både Petter Stordalen og Olav Thon er misbrukt i falske artikler om bitcoin på samme måte. Kilde: Faktisk.no



Avsendere av slike type saker prøver å få det til å se ut som at saken er publisert i kjente medier som Dagbladet, NRK, Aftenposten eller VG. Saken presenterer gjerne en kjendis som deler sin historie om at han eller hun har blitt rik ved å investere i Bitcoin eller annen såkalt kryptovaluta. Svindlerne bruker gjerne bilder av kjendisen fra kjente TV-programmer som *Lindmo*, *Skavlan* eller *God Morgen Norge*. Alle lenker i sakene fører deg til sider der du får tilbud om å bli med på investeringen.



Klarer seniorene å avsløre en falsk sak?

I Medietilsynets undersøkelse om befolkningens kritiske medieforståelse (2021), ble respondentene eksponert for denne falske nyheten om bitcoin. Respondentene ble spurt om de fikk mistanke om at nyhetssaken var falsk/usann. Mens åtte av ti i befolkningen avslørte at saken var en falsk nyhet, var det bare fem av ti i gruppen over 80 år som klarte det samme. Andelen som var usikre (svarte «vet ikke»), var langt høyere blant seniorer enn i befolkningen ellers: 31 prosent av de over 80 år, 22 prosent av 60-79-åringene, mot bare 15 prosent i befolkningen generelt.



I undersøkelsen fikk respondentene som avslørte saken som falsk, spørsmål om de kunne forklare hvorfor de fikk denne mistanken om at det var en falsk nyhet. Flere eldre refererte da til magefølelsen:

«Det er noe som ikke stemmer»

(mann, 89 år)

«Selv mediekåte kjendiser røper vel ikke til dagsaviser og offentligheten ellers hvordan de går frem for å få seg lettjente penger (på snedig vis)»

(mann, 89 år)

«Tror ikke han er i stand til å skremme vettet av en bank, han virker for snill til det. Kan heller ikke skjønne at investeringer skal skremme vettet av noen»

(kvinne 75 år)

Flere seniorer refererte til at saken lover noe som er for godt til å være sant:

«Det som er utrolig, er som regel ikke sant!» *(kvinne, 102 år)*

«Når noe virker for godt til å være sant, så er det som regel ikke sant»

(mann, 86 år)

Noen viste også til erfaringer med lignende saker, diskusjoner de har hatt med sine venner eller at de rett og slett har lest om fenomenet i mediene:

«Fordi dette hendte en venninne, hun ble brukt for å få oss til å satse penger»

(kvinne, 61 år)

«Har sett dette flere ganger, men med ulike personer» *(mann, 80 år)*

Vi ser at det er langt færre av de eldste over 80 år som viste til feil i nettadresse, avvikende design, merkelig font eller layout osv. enn i yngre grupper. Likevel var det enkelte i gruppen 60-79 år som viste til formmessige trekk ved saken som grunn til at de avslørte saken som usann/falsk:

«Dagbladet bruker aldri 'Spesialreportasje' som tittel» *(mann, 60 år)*

«Slike ting blir ikke publisert på den måten. Har også sett liknende annonser» *(kvinne, 61 år)*

BEGREPSFORKLARINGER

Her finner du noen ord og begreper som gjerne brukes når vi snakker om falske nyheter, desinformasjon og persontilpasset innhold:

App

En forkortelse for begrepet applikasjon. En app er et program som er tilgjengelig fra mobil, nettbrett eller datamaskin. En app kan for eksempel være en lenke til vg.nos nettavis eller et spill som kan spilles på mobilen.

Algoritmer

En algoritme kan forklares som en oppskrift som beskriver steg for steg hva som skal gjøres for å løse et problem eller oppnå et bestemt resultat. Algoritmer brukes for eksempel til å styre resultater av nettsøk via Google eller tilpasse hva slags innhold vi får i sosiale medier. Hensikten er å få frem de mest relevante søkeresultatene og visningene. Hva som er relevant for hver enkelt av oss, defineres gjerne ut fra vår tidligere søkehistorikk eller våre tidligere innlegg i sosiale medier.

Deepfakes

Et uttrykk som brukes om videoer som har blitt manipulert av kunstig intelligens for å endre innholdet i videoene.

Desinformasjon

Systematisk og bevisst feilinformasjon, altså at noen bevisst forsøker å villed deg. Hensikten kan være å utbre visse holdninger eller få deg til å reagere på bestemte måter.

Falske nyheter

Nyheter som fremstår som ekte, men som helt eller delvis er basert på løgn. Avsenderen og distributøren kan være mer eller mindre bevisst på at informasjonen er usann (Kalsnes, 2020).

Feilinformasjon

Regnes som ubeviste feil, mangelfull eller misvisende informasjon. Slurv og unøyaktigheter havner ofte i denne kategorien, når feilen som har oppstått, er utilsiktet.

Informasjonskapsel/cookies

En liten tekstfil som lastes ned og lagres på brukerens datamaskin når en nettside åpnes. Denne tekstfilen kan brukes til å tilpasse reklame på nett til brukerne. En informasjonskapsel kan inneholde informasjon som brukeren har registrert på nettsiden, for eksempel brukernavn og passord i kryptert form, og som oversendes nettsiden ved påfølgende besøk. På den måten er det ikke nødvendig å registrere informasjonen mer enn én gang.

Informasjonsroboter (boter)

Programmert til å utføre en spesifikk oppgave automatisk uten hjelp fra mennesker. Boter på sosiale medier er mye brukt til å produsere automatisk innhold, eksempelvis på Twitter. En stor mengde av innleggene på sosiale medier er laget av en maskin. Det er estimert at boter står for 20–40 prosent av trafikken på internett.

Kunstig intelligens

Begrepene maskinlæring og kunstig intelligens brukes om hverandre, og handler i hovedsak om at maskiner er programmert til å utføre handlinger som vanligvis krever menneskelig intelligens. Det er ingen fast definisjon på kunstig intelligens, men EUs ekspertgruppe definerer det som at kunstig intelligente systemer utfører handlinger,

fysisk eller digitalt, basert på tolkning og behandling av strukturerte eller ustrukturerte data, i den hensikt å oppnå et gitt mål. Enkelte systemer kan også tilpasse seg gjennom å analysere og ta hensyn til hvordan tidligere handlinger har påvirket omgivelsene.

Redaktørstyrte medier

Medier som har en ansvarlig redaktør og driver regelmessig journalistisk produksjon og publisering av nyheter, aktualitetsstoff, samfunnsdebatt eller annet innhold av allmenn interesse, og som forplikter seg til å følge presseetikken nedfelt i Redaktørplakaten og Vær varsom-plakaten.

Sosiale medier

Nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold, og å delta i sosiale nettverk. Sentrale kjennetegn ved sosiale medier er at de eies av globale aktører, og brukes på tvers av landegrensene, samt at de finansieres gjennom algoritmestyrte reklame. Videre er et typisk trekk ved sosiale medier blandingen mellom det private og det offentlige, og at det er tilrettelagt for interaktivitet og deltakelse. Enkelt personer kan bruke sosiale medier til å kommunisere med et større publikum, og i motsetning til i redaksjonelle medier kan brukerne selv bestemme hva de vil publisere.

Viralnettsted

Et nettsted som plukker opp saker på nettet som har mange lesere. Viralnettsteder ser ut som nettaviser, men de har verken journalister eller redaktør. Ofte sprer de sakene sine gjennom sosiale medier, og har gjerne overskrifter som virker veldig spennende. Disse nettstedene tjener penger på at du leser artiklene deres og deler dem videre. Viralnettsteder lager ofte saker om dyrevideoer, hjerteskjærende historier, kongelige nyheter eller kjendisnyheter og sport. Viralnettsteder kan også kan dele tvilsomme eller sjokkerende helsetips kamouflert som seriøse saker (Kalsnes, 2020).

Vær varsom-plakaten

Et sett selvpålagte etiske retningslinjer for norske redaktørstyrte medier. Retningslinjene gjelder uavhengig av om publiseringen skjer på papir, nett, radio, fjernsyn, mobil eller andre plattformer. Plakaten er vedtatt av Norsk Presseforbund. Dersom noen mener at retningslinjene i Vær varsom-plakaten er brutt, kan saken klages inn for Pressens Faglige Utvalg (PFU).



Kilder og lesetips

- Bucher, Tania (2018). *IF...THEN. Algorithmic power and politics*. Oxford University Press.
- Grut, Ståle (2021). *Digital kildekritikk*. Gyldendal forlag.
- Grøtan, Tor Olav m.fl. / SINTEF Digital (28.11.2019). *På leting etter utenlandsk informasjons-påvirkning. En analyse av det norske kommunestyre- og fylkestingsvalget 2019*. (2019:01292) SINTEF Digital.
- Karlsen, Mina Liavik (23.08.2019). *Slik kan du finne ut hvor et bilde kommer fra*. Faktisk.no <https://www.faktisk.no/artikler/jew6x/slik-kan-du-finne-ut-hvor-et-bilde-kommer-fra>
- Kalsnes, Bente (2020). *Falske nyheter. Løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentligheten*. Cappelen Damm Akademiske Forlag.
- Slette-meås, Dag (2018). *Forbrukernes digitale hverdag. (Kunnskapsoppsummeringer forbrukerpolitikk 2018 2/4)*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO.