

Falske nyheters påvirkning på journalistikkens legitimitet

Innvirkningen på journalistikkens makt, praksis og tillit



Bacheloroppgave i journalistikk

Universitetet i Stavanger

2023

Simon Elias Bogen, 260359

Andreas Vikøren, 260357

Veileder: Helle Sjøvaag

Forside

Bacheloroppgave

Studieprogram: Journalistikk - bachelorstudium

Opptaksår: 2020

Er oppgaven konfidensiell? NEI: JA:

Kan oppgaven benyttes til undervisningsformål (anonymt)? JA: NEI:

Forfattere

Studentnummer:	Navn:
260359	Simon Elias Bogen
260357	Andreas Vikøren

Oppgavens tittel:

Falske nyheters påvirkning på journalistikkens legitimitet

Veileder: Helle Sjøvaag

Sammendrag

Vi lever i et samfunn hvor det - de siste årene - har blitt vanskeligere å skille mellom hva som er ekte, og hva som er falske nyheter. Den hurtige veksten til falske nyheter i nyhetsbildet har både ført til tillitsbrudd og undergraving av journalistikkens legitimitet. Falske nyheter er et problem verden over, men det er i USA at det har hatt størst innvirkning i samfunnet. I Norge har vi også eksempler på falske nyheter som har spredt seg, men i langt mindre grad som i USA.

Det er vanskelig å bekjempe falske nyheter, men oppgaven finner at en god journalistisk praksis er et viktig redskap for å i hvert fall opprettholde det presseetiske prinsippet i redaksjonene. Vi ser også på journalistikkens makt og samfunnsoppdraget institusjonen har. Rollen som overvåker er fremdeles høyaktuell i dag, og journalister har et ansvar for å informere befolkningen om samfunnsrelaterte spørsmål. Oppgaven går inn på at falske nyheter kan svekke institusjonens makt, og dermed skape et samfunn der journalistikken ikke har like stor påvirkning som den har i dag.

Forord

Før vi presenterer det vi har jobbet med de siste månedene vil vi benytte anledningen til å takke de personene som har vært hjelpelige med å få oppgaven gjennomført.

Lars Helle stilte gladelig opp som informant til oppgaven vår. Hans erfaringer fra redaktørstillinger og foreleser ved Universitetet i Stavanger var virkelig med på å heve oppgaven vår. Med hans synspunkter fikk vi gå mer i dybden på hvordan journalistikken praktiseres i Norge, og hvordan mediehus jobber for å minske synligheten til falske nyheter.

Med USA-kjenner og debattjournalist **Sigrid Rege Gårdsvoll** ble det mye lettere å sette seg inn i hvordan situasjonen er og har vært i USA, samtidig som hun også forklarte hvordan Norge skiller seg ut i verdensbildet. Gårdsvoll anbefalte oss å kontakte medieforsker Bente Kalsnes, da hun mente at hennes synspunkter ville kunne bedre oppgaven vår.

En medieforsker er alltid bra å ha med på laget i en slik oppgave, og det var nettopp dette vi fikk ved å intervjuer **Bente Kalsnes** fra Høyskolen Kristiania. Hun hjalp oss å forstå hvordan falske nyheter påvirker det norske nyhetsbildet, og hvordan tilliten til mediehusene henger sammen med hva som publiseres.

Sist, men ikke minst vil vi rette en stor takk til vår veileder, **Helle Sjøvaag**. Hennes kunnskap om temaet og erfaringer som medieforsker hadde vi ikke klart oss uten. Det sier vel seg selv at veilederen er relevant for oppgaven når man siterer henne i litteraturgjennomgangen. Sjøvaag har alltid vært tilgjengelig og hjulpet oss både med oppbyggingen av oppgaven, samt kommet med relevante tilbakemeldinger. Gjennom trinnvise møter har hun lært oss hvordan vi skriver en god teoretisk oppgave. Vi vil takke for samarbeidet i løpet av våren, som vi mener har fungert svært bra. Med kontinuerlige tilbakemeldinger og forventninger da vi møttes, har hun sørget for at vi hele tiden hadde kontroll på oppgaven og fikk den ferdig i god tid før innleveringsfristen.

Simon Elias Bogen og Andreas Vikøren 11.05.2023

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	6
1.1 Problemstilling	7
2. Teori	8
2.1 Journalistikken som institusjon	8
2.1.1 Hvordan forvaltes og forsvares makten i den journalistiske institusjonen?	11
2.1.2 Hvordan praktiseres journalistikken som institusjon.....	13
2.1.3 Hvordan har institusjonen tillit?	14
3. Litteraturgjennomgang	15
3.1 Hva legges i begrepet journalistikkens legitimitet?.....	15
3.2 Hva er falske nyheter?.....	16
3.2.1 Hvordan litteraturen definerer falske nyheter.....	17
3.3 Publiseringsplattformene til falske nyheter	19
3.4 Hvilken påvirkning har falske nyheter på journalistikken?.....	20
3.5 Hvordan påvirker falske nyheter samfunnet og politikken?.....	21
3.6 Ekkokamre og filterbobler.....	22
4.0 Metode	24
4.1 Tekstanalyse.....	25
4.2 Kvalitative intervjuer.....	25
4.3 Intervjukilder.....	27
5.0 Analyse	28
5.1 Journalistikkens makt.....	29
5.2 Journalistikkens praksis.....	30
5.3 Journalistikkens tillit	32
6.0 Diskusjon	35
6.1 Falske nyheter	35
6.2 Institusjonsteori	36
6.3 Journalistikkens makt.....	37
6.4 Journalistikkens praksis.....	38
6.5 Journalistikkens tillit	39
7.0 Konklusjon	41
8.0 Referanseliste	43
9.0 Vedlegg	50

1. Introduksjon

Journalistikken har et viktig samfunnsoppdrag. Dens funksjon er å overvåke makten, og jobben er å passe på demokratiet. Samfunnsoppdraget handler om at journalistikken skal gjøre befolkningen i stand til å utøve deres rolle som borger. Journalistene skal gjøre folk i stand til å opptre som borgere ved å publisere nyheter om samfunnets feil, mangler, styresmaktenes handlinger og statssystemets forvaltning av lovene (Sjøvaag, 2020, s. 16). Journalistikken handler derfor om publisering av sanne og presseetisk holdbare nyheter.

Falske nyheter kan være med på å true dette. Begrepet har fått mye oppmerksomhet de siste årene, og i denne oppgaven har vi «*Fake News*» som tema. Oppgaven undersøker hva falske nyheter er og hvorvidt det finnes eksempler på fenomenet i det norske mediebildet. Dette gikk vi nærmere innpå under intervjuene våre med politisk redaktør i *Dagbladet*, Lars Helle og medieforsker Bente Kalsnes. Presidentvalgene i USA i 2016 og 2020 er noe vi undersøkte ved å intervjuer debattjournalist i *Vårt Land* og USA-kjenner Sigrid Rege Gårdsvoll. Svarene som ble gitt av informantene under intervjuene ble selve dataen i oppgaven.

Det kan være vanskelig å finne ut hvorvidt det man leser er falskt eller ekte. De siste årene har det kommet flere verktøy som gjør det ekstra vanskelig å skille mellom hva som er reelt, og hva som er totalt oppspinn. På den andre siden har det dukket opp flere faktasjekkingsverktøy som stadig vekker avslører falske nyhetshistorier. Dette har utviklet seg til å bli en kamp som er svært høyaktuell i dag.

1.1 Problemstilling

Denne oppgaven skal forsøke å belyse en grunnleggende forståelse for hva falske nyheter er og i hvor stor grad fenomenet finnes i det norske nyhetsbildet i dag.

Oppgaven tar for seg følgende problemstilling: Hva betyr falske nyheter for journalistikkens legitimitet? Problemstillingen skal besvares gjennom å undersøke følgende underspørsmål:

- Hva er falske nyheter?
- I hvilken grad påvirker falske nyheter journalistikkens makt, praksis og tillit?
- Hva gjør nyhetsorganisasjoner for å begrense falske nyheter i dagens mediebilde?

Vi skal belyse temaet ved å bruke teori om journalistikken som institusjon. Dette undersøkes nærmere ved å operasjonalisere institusjonen gjennom makt, praksis og tillit. Dette er relevant fordi det vil vise journalistikken fra flere sider, og ikke bare et overordnet bilde. Makt er valgt for å undersøke nærmere hvor stor påvirkning journalistikken har på offentlig og politisk dagsorden i dag, og hvorvidt journalistikken har like stor makt som tidligere. Gjennom journalistikkens praksis går vi inn på hva redaksjonene aktivt gjør for å forhindre falske nyheter, samt hvordan de sørger for stor tillit blant befolkningen. Til slutt har vi valgt tillit for å finne ut hvorvidt tilliten til norske medier er stor i dag, og sammenlikne situasjonen her i Norge med USA. Vi har også valgt tillit for å se om falske nyheter har stor påvirkningskraft på folks tillit til mediene.

Oppgaven er teoretisk, og vi tok i bruk semistrukturerte intervjuer og tematisk analyse for å undersøke problemstillingen. Vi har også gjennomført en litteraturgjennomgang for å få en bedre forståelse av fenomenet.

2. Teori

I denne delen av oppgaven skal vi se nærmere på journalistikken som institusjon. Institusjonens rolle i samfunnet og dens påvirkning på offentlig og politisk dagsorden er viktig for at journalistikken skal være legitim. Institusjoner er som regel forbundet med makt. Vi vil derfor se på hvordan denne makten forvaltes og forsvares i journalistikken. En god journalistisk praksis bygger opp makten og tilliten til institusjonen. Til slutt vil vi derfor se på hvordan institusjonen danner tillit, og hvordan journalistikkens legitimitet oppnås gjennom denne tilliten.

2.1 Journalistikken som institusjon

For å forstå hvordan journalistikken fungerer som institusjon er det greit forstå hva som menes med begrepet institusjon. I denne oppgaven definerer vi begrepet på samme måte som Reese. Ifølge han er en institusjon en kompleks sosial struktur - formet av et sammenlåst nettverk av regler og aktiviteter, roller, teknologi og kollektive rammer av meninger. Disse jobber sammen for å opprettholde dens sammenheng, varighet og verdi (2022, s. 253). Når vi velger å ta opp makt, praksis og tillit er det på grunn av at dette er en del av institusjonen. Dermed vil disse være med på å forklare hvordan institusjonen er bygget opp.

Hva som kjennetegner journalistikken som profesjon og institusjon har lenge vært et omdiskutert tema i journalistikkforskningen. Det å være journalist er ingen beskyttet tittel. Hva som skiller journalistikk fra ikke-journalistikk har vært et sentralt spørsmål fra forskere og profesjonen selv (Ihlebak & Figenschou, 2022, s. 244). Når de tenker på journalistikk som en institusjon, har forskere en tendens til å søke etter grensesnittet som de forbinder med andre institusjoner. De legger til rette for forbindelser mellom journalistikk og myndighetene, markedet, kulturen, utdanningssystemet og den religiøse etableringen (Zelizer, 2005, s. 74). Den journalistiske praksisen, altså det daglige arbeidet som journalistene gjennomfører, omsettes til makt i form av dagsordenfunksjonen. En kan derfor argumentere for at de institusjonelle funksjonene makt, praksis og tillit er med på å styrke institusjonen.

McQuail (2010) fremhever viktigheten av journalistikkens rolle i samfunnet når han prøver å definere journalistikken som institusjon. Han skriver at journalistikken som institusjon har egne oppgaver i samfunnet. Samtidig står den dynamisk i relasjon til andre institusjonaliserte områder. Fordi journalistikken praktiseres i en mediebedrift, blir den koblet sammen med andre felt som for eksempel økonomi og teknologi. På denne måten får også slike faktorer innflytelse over hvordan journalistiske oppgaver utføres (s. 217 ff). Institusjonen for journalistikk representerer i dag en pågående kamp om diskursiv autoritet i samtaler om journalistikkens betydning og rolle i samfunnet (Hanitzsch & Vos, 2018, s. 160). Den diskursive autoriteten som Hanitzsch & Vos trekker fram her, henger sammen med makten til journalistikken som institusjon, altså evnen til å sette dagsorden.

Institusjoner utvikler seg som løsninger på problemer. Dette kan knyttes opp mot nyhetsmedier i hvordan de oppnår profesjonell troverdighet, får pålitelig tilgang til informasjon og tjener penger. Vektleggelse av stabilitet, likevekt og kontinuitet er mindre nyttig for å forutsi hvilke faktorer som undergraver en institusjons sjanser for å overleve. Denne vektleggelsen vil også gjøre det vanskelig å tilpasse seg endrede forhold. Dette er bekymringer som bare har blitt forsterket de siste årene. Institusjonene er stabile til de ikke er det lenger (Reese, 2022, s. 256). Falske nyheter kan være en trussel for stabiliteten til journalistikkens som institusjon. Ved å etterligne praksisen og de estetiske trekkene til journalistikken, svekker de institusjonens makt og tillit.

Barland (2016) trekker frem at teorier om journalistikken som samfunnsinstitusjon beskriver dens rolle i samfunnet, journalistisk praksis og ideologi. Det er journalistikkens selvforståelse som kommer til uttrykk slik disse teoriene anvendes her. Altså slik journalistikkens egne aktører definerer sin rolle, sine idealer, etikk og praksis. Han nevner også at institusjonen kan være lovregulert, ha sine spesifikke utdanninger og bestå av egne organer og virksomheter. Det er gjerne egne roller og yrkesgrupper tilknyttet bestemte funksjoner i en slik samfunnsinstitusjon (ss. 163-164).

En forståelse av journalistikken som institusjon betyr at vi tilegner yrket ulike forutsetninger, blant annet at journalistene formes av regler som styrer deres oppførsel. Historisk sett har journalistikken blitt institusjonalisert ved at like oppfatninger om rutiner, regler og prosedyrer har blitt skapt på tvers av nyhetsorganisasjoner. For å unngå å bli beskyldt for å være subjektive kan journalister henviser til kilder, holde seg

nøytrale og la begge sider komme til orde. For å få kilder til å snakke med journalisten kan de beskytte dem om det trengs, sitere kildene riktig og la folk som blir anklaget være på anklagen (Sjøvaag, 2020, s. 55). Forskere ser ofte på journalistikk som en institusjonell setting preget av sosiale, politiske, økonomiske og kulturelle privilegier. Journalistikk blir dermed sett på som et stort og komplekst fenomen. Dens primære effekt er å utøve makt, forme opinionen og kontrollere distribusjonen av informasjon eller symbolske ressurser i samfunnet (Zelizer, 2005, s. 73).

Institusjonelle roller gir journalister spesifikke kognitive skript for hvordan de tenker på sin egen journalistiske rolle i løpet av sin praksis (Aldridge & Evetts, 2003). Disse rollene utfører en dobbel plikt. De fungerer som en kilde til institusjonell legitimitet i forhold til et bredere samfunn. Gjennom en sosialiseringssprosess informerer de også den kognitive verktøykassen som journalister bruker til å tenke og undersøke i sitt arbeidsfelt. Noen journalistiske roller har en mer diskursiv kraft, eller en større makt enn andre. Noen roller - for eksempel roller som adresserer hverdagen - er tilsynelatende underrepresentert (Hanitzsch & Vos, 2018, s. 152).

Noe annet som er relevant når en diskuterer journalistikken som institusjon er hvordan forholdet mellom mediene og politikk utspiller seg. Politikere utvikler mediestrategier for hvordan partiet skal få politikken deres ut på en så god måte som mulig. Målet her er at velgerne skal få den informasjonen de trenger for å kunne foreta velbegrunnede valg (Fredriksen, 2012, s.83). Samtidig er det mediene selv som velger hva de vil gå ut med. Mediene har en begrenset kapasitet til å formidle et fullstendig og komplisert bilde av den politiske virkeligheten. Derfor må mediene alltid velge hva de vil formidle og hvordan de skal presentere det (Jamtøy, 2011, s. 72). Dette kan også beskrives som dagsordenfunksjonen til mediene. Den er med på å styrke journalistikken ved at den er med på å sette dagsorden.

Internett og teknologi har forandret mye i verden, og det har også gjort journalistikken annerledes. Internett er definitivt en del av infrastrukturen til journalistisk produksjon og formidling. Men bare fordi teknologien forandrer seg, vil ikke dette nødvendigvis forandre hva journalistene gjør i redaksjonene. Internett både muliggjør og begrenser den tradisjonelle profesjonelle praksis. Men varige yrkesfaglige prosedyrer bestemmer også i stor grad hvordan disse nye ressursene blir utnyttet, og hvordan de nye reglene formes (Sjøvaag & Eide, 2016, s. 10). Nyhetsmediene er institusjoner ikke bare fordi

journalistiske praksiser vanligvis er akseptert til å tjene en legitim funksjon, men også fordi de har utviklet seg og holdt ut over tid (Sjøvaag & Eide, 2016, s. 8). Verden forandrer seg, og det påpekes her at journalistikken som institusjon håndterer denne endringen. Det skal også sies at teknologien er en trussel for institusjonen ettersom falske nyheter spres hyppig på sosiale medier.

På den andre siden argumenterer Hanitzsch og Vos for at journalistikken som institusjon holder seg stabil. De skriver at journalistikk er en diskursiv institusjon. Denne fungerer ved at journalister snakker med seg selv og andre om de sosiale rollene, normene og verdiene av journalistikk. Dermed promottes institusjonens legitimitet og autoritet (2017). Både makt, praksis og tillit kan sees på som viktige måter for å kommunisere funksjonene til institusjonen utad. De kan også bidra til å sikre stabilitet i journalistikken som institusjon.

Journalistikken som institusjon preges av både makt, praksis og tillit. Rollen institusjonen har i samfunnet er viktig for å sette politisk og offentlig dagsorden. Institusjonen fungerer som overvåker og har ulike forutsetninger som styrer journalistenes oppførsel. Som vi også ser er det uenigheter i forskningsfeltet på om journalistikken holder seg stabil eller om den er i endring. Begge sidene er derfor relevante å få med seg i diskusjonen når en undersøker hvordan journalistikken utfordres av falske nyheter. Både praksisen og tilliten til institusjonen blir utfordret ved at falske nyheter etterligner praksisen og de estetiske trekkene til journalistiske artikler. Falske nyheter er også med på å svekke institusjonens makt og evne til å sette dagsorden ettersom de villeder lesere på sosiale medier.

2.1.1 Hvordan forvaltes og forsvares makten i den journalistiske institusjonen?

Selv om journalistisk makt ofte kobles opp mot hvilken rolle den spiller i politikken, er det flere som argumenterer for at makten sprer seg utover det. Slaatta nevner blant annet at det institusjonelle perspektivet synes å redusere forståelsen av mediens kompleksitet og makt. Dette fører til overdreven oppmerksomhet overfor mediens relasjoner til det parlamentariske systemet. Noe som er med på å skjule andre vesentlige sider av mediens makt og demokratiske rolle (2005).

Skjeie (2001) deler også denne oppfatningen da hun skriver at en meget stor del av makten blir samlet i redaksjonene, som igjen må forholde seg til de kommersielle kravene fra sine eiergrupper. Pressen er langt fra allmektig, men innenfor sitt domene har den en voldsom makt. Denne makten er ikke begrenset til enkeltsaker, men den griper direkte inn i hvordan det politiske systemet fungerer. Den bidrar til å forme borgernes verdensbilde og deres verdier og preferanser. Den griper inn i politikken ved å sette dagsorden, forstørre og forminske saksforhold, drive kampanjer mot enkeltpolitikere og får beslutningstakere på tå hev.

Journalistikkens profesjonalitet, og de normer og idealer som institusjonen forvalter, sier noe om hva god journalistikk er. Det former utvalget av hendelser og kilder som utgjør nyhetene. Denne profesjonaliteten favoriserer kildene som representerer samfunnets eksisterende maktstrukturer (Sjøvaag, 2018, s. 5). Samfunnsoppdraget beskriver journalistikkens maktgranskende ideal, nemlig å avdekke kritikkverdige forhold. Dette gjør at personer i maktposisjoner stilles til ansvar når slike forhold avdekkes. Journalistikkens ansvarliggjøring av maktpersoner bidrar sånn sett til å forsterke legitime autoriteter (Tuchman, 1978, s. 10).

Eide (2001, s. 52) oppsummerer journalistikkens makt i fire punkter:

1. Han påpeker at journalistikken er i en kontinuerlig utvikling. Det er mange redaksjoner som arbeider systematisk for å utvikle nye og raffinerte journalistiske strategier som skal motvirke både lettvinthet og enkel flokkjournalistikk.
2. Gjennom å avsløre kildenes mediestrategier bidrar journalister til å vise fram det regisserte i den redigerte offentligheten. Profesjonaliseringen av kildene er aktivt med på å forme journalistikkens utvikling og er derfor avgjørende for journalistikkens makt.
3. Det tredje forhold som Eide trekker fram er nyhetsjournalistikkens utbredelse og popularitet. Det innebærer ikke at noen få redaksjoner og medier har stor makt, men at de er mye lest og sett.

4. Til sist fremhever Eide at det er spesielle særtrekk i det norske medielandskapet. Den moderne journalistikken er inkluderende og folkelig, og det ligger både muligheter og klare begrensninger i dens makt. Studier av medienes makt må derfor ikke kun ses utelukkende i forhold til politikken, men vel så mye i forhold til populærkulturen og det populære.

I denne oppgaven forstås makt som pressens samfunnsoppdrag - altså at den skal overvåke og besvare samfunnsrelaterte spørsmål til befolkningen. Journalistikkens makt er også så stor at den vil påvirke både den politiske og offentlige dagsordenen. Falske nyheter utfordrer dette ved at de villeder lesere på sosiale medier. Dersom noen klikker seg inn på en falsk nyhetsartikkel som ser reell ut, er det sannsynlig at de vil tro på innholdet og bli feilinformert. Dermed svekkes også institusjonens evne til å sette dagsorden.

2.1.2 Hvordan praktiseres journalistikken som institusjon

Journalister både kan og vil påvirke samfunnet med sakene de publiserer. Pressen har en informasjonsoppgave og et informasjonsansvar (Brurås, 2014, s. 39). Det vil si at pressen skal gi publikum den informasjonen som er nødvendig, slik at folk kan ta stilling i forskjellige samfunnsproblemer. For at dette informasjonsansvaret skal opprettholdes må den fungere i tråd med den journalistiske praksisen.

Praksisen i yrket er ikke bare et verktøy for å gjøre hendelser om til nyheter. Den er også med på å bekrefte det institusjonelle nivået av journalistikken (Sjøvaag, 2020, s. 43). Det blir fulgt med på hvorvidt journalister og redaksjoner i praksis jobber for å bistå i samfunnsoppdraget. Den journalistiske praksisen blir ofte evaluert på ulike arenaer. Det ene er i redaksjonen, der journalisten blir fulgt opp av andre ansatte, vaktstjef og redaktør. Den andre er blant publikum, som responderer på og evaluerer journalisten (Shapiro, 2010, s. 144).

Den journalistiske institusjonen har spesifisert sine oppgaver i et demokratisk samfunn. Barland (2015) forklarer kjernen av journalistikkens rolle i samfunnet: Å samle inn, kritisk vurdere og publisere informasjon for offentligheten som et bidrag til

demokratiske prosesser (s. 10). Rolleforklaringen til Barland er også med på å forklare hvordan journalistikken praktiseres som institusjon.

Kjendsli (2012) trekker fram flere punkter når han diskuterer hva som kjennetegner en god journalist, og god journalistisk praksis. Kildekritikk, objektivitet og evnen til å gjennomføre gode intervjuer som fører til en balansert dekning, er blant de viktigste punktene for å få til en legitim praktisering av journalistikken (s. 35 ff). Denne praksisen utfordres av falske nyheter som kopierer arbeidsmetodene til journalister for å få artiklene sine til å se ekte ut. Dersom en går i dybden og ser på utvalget av kildene, vinkling og objektiviteten, finner en fort ut at praksisen i slike artikler ikke kan knyttes opp mot god journalistisk praksis.

2.1.3 Hvordan har institusjonen tillit?

For å forstå hvordan journalistikken som institusjon danner tillit er det relevant å trekke inn mediernes politiske rolle i valgkamper. Mediene har stor makt ettersom de i utgangspunktet selv kan velge hvordan de ønsker å vinkle en politisk sak.

Nå er pressen balansert, og skal være så nøytral som mulig. Før hadde Norge noe som kalles partipressen. Fra andre verdenskrig og fram til 1990-tallet hadde flere aviser en partitilknytning. Denne partitilknytningen, som nå er avvirket, har vært en vesentlig del av det politiske flerpartisystemet i Norge. Avisene fikk en stor samfunnsrolle da de knyttet seg til partiene og ble meningsbærende (Overrein, 2005, s. 6). Selv om partipressen er død, er likevel politikere blant de mest synlige kildene i norsk journalistikk i dag. Både på nasjonalt, regionalt og lokalt nivå (Sjøvaag, 2018, s. 13).

Ved å se på hvordan mediedekningen av valg utspiller seg i nyere tid, får vi en bedre forståelse av rollen til mediene i dagens politiske samfunn. Dette kan vi gjøre ved å se på artikkelen *Medievalgkampen 2017*, hvor Skogerbø og Simonsen analyserer mediedekningen av stortingsvalgkampen i 2017. I forkant av analysen skriver de at redigerte nyhetsmedier på nett, radio, fjernsyn og papir fortsetter å være svært viktige nyhetskilder for velgerne. Dermed også viktige plattformer for politikere og partier som vil ha ut sine budskap. Det argumenteres også for at valg er demokratiets viktigste prosedyre og blant den politiske journalistikkens største mediebegivenheter.

Valgkampen er godt stoff, hvor det florerer med dekning av partier og saker som tiltrekker valget mye oppmerksomhet (Skogerbø & Simonsen, 2021).

Journalistikken kan også danne tillit som profesjon. Dette ved at den har en selvpålagt og mediepolitisk oppgave med å overvåke styresmaktene og gi velgerne nødvendig informasjon for å kunne stemme. Rapportering om hvilke alternativer som finnes og hvilke maktkamper som foregår forut for valgdagen blir derfor helt sentralt for journalistikkens legitimitet (Skogerbø & Simonsen, 2021).

Det er stor grunn til å tro at journalistikken dannet tillit hos leserne da de gikk bort fra å være politiske talerør og heller ble kritiske. I dagens valgkamper observerer og rapporterer de nøytralt, fremfor å ha et bestemt politisk ståsted. Dette gjør det lettere for velgerne å dra egne konklusjoner for hvem de ønsker å stemme på, basert på det som fremstilles av mediene. Medieaktørene vil fremdeles ha muligheten til å bestemme hvilke saker som blir trukket fram, men så lenge de holder seg nøytrale vil tilliten fortsette å være stor blant leserne.

3. Litteraturgjennomgang

Litteraturgjennomgangen inneholder relevant litteratur som definerer hva falske nyheter er og hvordan det utformes. Den går også inn på hvordan falske nyheter påvirker journalistikken og samfunnet, og rollen til filterbobler og ekkokamre i det digitale mediebildet. Disse feltene er relevante for oppgavens spørsmål ettersom de gir et innblikk i hvordan falske nyheter utbreder seg og hvilke implikasjoner det har for både samfunnet og journalistikken.

3.1 Hva legges i begrepet journalistikkens legitimitet?

Begrepet legitimitet refererer til rettigheten til en makthaver eller et styresystem (Beetham, 1998). At journalistikken er legitim vil si at den er akseptert og at befolkningen stoler på det de leser. I *Vær varsom-plakatens* første kapittel er pressens rolle som «vaktbikkje» eller *overvåker*, helt sentral. Det vil si at journalistene skal ha mulighet til å overvåke makten uten at de selv skal være bundet av noen offentlige eller

private interesser. Pressen skal passe på at makthaverne ikke misbruker den makten de har slik at det går utover borgerne. For at pressen skal ivareta en slik rolle som overvåker, må den være uavhengig. Dette er forutsetningen for en fri og uavhengig presse (Morlandstø, 2003).

Dersom journalistikken i tiden framover skal være legitim, må den fortsette å være uavhengig. Da vil befolkningen ha tiltro til mediene. Journalister tar hver dag valg om hva som skal publiseres, hvilke kilder som brukes, og hvordan disse kildene skal presenteres. Valg som dette er sentrale for folks opplevelse av informasjonsfriheten. Medienes troverdighet er nært knyttet opp mot at journalister skal følge en yrkesetikk der valg av kilder og presentasjon av informasjon gjenspeiler prinsipper knyttet til en form for profesjonell rimelighet eller upartiskhet. Dette begrunner og legitimerer de særskilte rollene til de redaksjonelle nyhetsmediene i demokratiet (Moe, Fladmoe, Thorbjørnsrud & Finstad, 2022, s. 126).

Journalistikkens legitimitet er altså idealet om at informasjonen som publiseres av mediene er akseptert og støttet opp av befolkningen. Dette avhenger av at journalistikken er uavhengig og fungerer som overvåker i samfunnet. Et brudd på tilliten mellom leserne og mediene kan føre til at journalistikkens legitimitet svekkes. Tilliten kan svekkes på flere måter, men en av de største truslene i dag er falske nyheter.

3.2 Hva er falske nyheter?

Falske nyheter er som kjent et sentralt begrep i denne oppgaven. For å forstå hva falske nyheter betyr for journalistikkens legitimitet, er vi først nødt til å forstå hva som legges i begrepet. I dette kapitlet vil vi se mer på hvordan falske nyheter er definert i litteraturen, samt hvordan den utformes og hvordan den påvirker samfunnet og politikken.

3.2.1 Hvordan litteraturen definerer falske nyheter

Falske nyheter eller «*Fake News*» er et fenomen som virkelig fikk oppmerksomhet under presidentvalget i USA i 2016. Der ble det brukt som et politisk våpen under valgkampen. Siden den gang har falske nyheter utviklet seg til å bli en global trussel, hovedsakelig mot vestlige samfunn (Baptista & Gradim, 2021, s. 426).

Falske nyheter var derimot ikke noe som oppstod i forbindelse med valgkampen. Falske nyheter har eksistert helt siden begynnelsen av journalistikken. Historisk sett har de amerikanske formene for journalistikk; *Penny Press* og *Yellow Journalism* uttrykt overdrivelser, bløffer og falske nyheter i form av nyhetssaker (Kalsnes, 2019, s. 24). En av de første gangene falske nyheter ble nevnt var i 1898 i magasinet *The Arena*. Forfatteren av artikkelen kritiserte den journalistiske praksisen som nylig hadde begynt å publisere det han kalte falsk journalistikk (Mourão & Robertson, 2019, s. 2). Men hva betyr egentlig falske nyheter?

Kort fortalt kan falske nyheter forklares som nyhetsartikler som beviselig er falske og kan villede lesere. Dette er også som regel hensikten til de som publiserer. Andre har definert begrepet som fullstendig falsk informasjon laget for å skaffe økonomisk gevinst (Kalsnes, 2019, s. 24). *Medietilsynet* definerer begrepet slik:

«Falske nyheter er et begrep som ofte brukes om nyhetslignende saker som fremstår som ekte, men som helt eller delvis er basert på løgn, eller som har utelatt informasjon for å skape en bestemt vridning» (2022, s. 5).

Pennycook, Cannon & Rand (2018) argumenterer for at falske nyheter er fullstendig oppdiktet og ofte partisk innhold som presenteres på en saklig måte. En annen forskergruppe skriver i 2017 at falske nyheter gjemmer seg under et fenniss av legitimitet når det tar på seg en form for troverdighet ved å prøve å framstå som ekte nyheter (Tandoc, Lim & Ling, s. 147).

Falske nyheter kan skade journalistikkens samfunnsoppdrag, og derfor må redaksjonene være ekstra varsomme på hva de publiserer. Det er bred enighet i den grunnleggende definisjonen av hva falske nyheter er. Det er nyhetssaker som ligner på vanlige artikler, men som er basert på usanne påstander med et mål om å villede leseren. Til tross for at det deles en enighet om hoveddefinisjonen av falske nyheter, finnes det likevel mange detaljerte definisjoner av begrepet. Mens noen definerer det som fullstendig falsk

informasjon laget for å skaffe økonomisk vinning (Kalsnes, 2019), mener andre det går mer ut på troverdighet (Tandoc, Lim & Ling, 2017) og partisk innhold (Pennycook, Cannon & Rand, 2018).

For at falske nyheter skal gå viralt på sosiale medier, publiseres artiklene med sensasjonelle og ekstreme titler for å skaffe klikk og delinger. Falske nyheter er ofte laget for å treffe brukerne emosjonelt. De inneholder som regel følelsesladde historier for å fange brukerens oppmerksomhet. Dette gjøres ved å bruke titler og bilder som en sjelden finner i vanlige nyhetsartikler (Martel, Pennycook & Rand 2020; Polletta & Callahan, 2017).

Dette er grunnen til hvorfor klikkagn, eller «clickbait», har blitt en alliert av falske nyheter. Disse to er linket tett opp mot hverandre, og begge har som hovedmål å fange oppmerksomhet og få brukerne til å gå inn på artikkelen. Clickbait er derfor en svært lukrativ måte for de som publiserer falske nyheter å tjene penger på (Baptista & Gradim, 2021, s. 431-432).

Selv om titlene og bildene vanligvis er av samme kaliber og stil i falske nyhetsartikler, kan innholdet være vidt forskjellig. De strekker seg over alt fra underholdende satire og harmløs sladder, til informasjon med hatsk og ødeleggende bakgrunn. Begrepet kan brukes om informasjon som spres både intensjonelt og ubevisst (Nygård, 2021, s. 4).

Vi er enige i hvordan litteraturen definerer falske nyheter. Vi mener selv det er usann informasjon som er med på å villedde brukere og skape uro i det totale mediebildet. Falske nyheter har stor påvirkningskraft, og dersom dette får stor plass i mediene vil det føre til både tillitsbrudd og en svekket mediemakt.

Som vi har undersøkt i dette kapittelet er det ingen tvil om at falske nyheter ikke var noe som oppstod i forbindelse med USAs presidentvalg i 2016, men at det heller fikk en enorm oppsving i nyhetsbildet. I neste kapittel skal vi gå nærmere inn på hvordan disse falske nyhetene publiseres og fremstår.

3.3 Publiseringsplattformene til falske nyheter

Twitter og *Facebook* er store promotører av digital desinformasjon. Sosiale medier har skapt et perfekt område for falske nyheter i form av konspirasjonsteorier, rykter og desinformasjon i sin helhet å spre seg (Baptista & Gradim, 2021, s. 427). Disse plattformene har sosiale medielogikker som gjør at falske nyheter spres mer. Denne logikken refererer til de prosessene, prinsippene og praksisen i hvordan de sosiale plattformene prosesserer informasjon, nyheter og kommunikasjon. Og mer grunnleggende hvordan de kanaliserer sosial trafikk. Sosiale medier har evnen til å frakte denne logikken utenfor plattformene som frembringer dem. Samtidig som deres distinktive teknologiske, diskursive, økonomiske og organisatoriske strategier har en tendens til å forbli implisitt eller fremstå som naturlig (Van Dijck & Poel, 2013, s. 5). Med andre ord så spres falske nyheter raskt på disse plattformene, og sosiale medier er derfor det stedet en som regel finner falske nyheter.

Strategien til de som produserer falske nyheter er å bruke de mest kjente sosiale mediene, spesielt da *Facebook* og *Twitter*. Disse plattformene er ekstremt polariserte og promoterer dannelsen av separerte grupper og samfunn. Dette kjennetegnes som ekkokamre og filterbobler, hvor det er et begrenset og homogent verdenssyn (Baptista & Gradim, 2021, s. 430). Disse fenomenene kommer vi tilbake til senere i litteraturgjennomgangen.

Innleggene som dukker opp på *Facebook*-feeden er algoritmestyrte. De tre faktorene som bestemmer hva hver enkelt av oss ser på plattformen er affinitet, vektning og aktualitet. En bruker vil altså se innlegg sortert i synkende rekkefølge basert på disse faktorene (Zimmer, Scheibe, Stock & Stock, 2019, s. 45). Dette fungerer slik at dersom en bruker ofte går innom en *Facebook*-side og samhandler ved å like eller kommentere flere innlegg, så vil brukeren få flere innlegg av denne og lignende sider i feeden. Derfor er spesielt *Facebook* en plattform der falske nyheter har potensialet til å spre seg bredt og raskt.

I et forsøk på å illustrere hvordan falske nyheter har påvirket nyhetene de siste årene, gikk vi gjennom *Reuters-rapportene* fra 2015 til 2022. *Reuters Digital News Reports* er den største undersøkelsen av verdens digitale nyhetsbruk (Universitetet i Bergen, u.å.). I årsrapporten fra 2015 ble ikke begrepet «*Fake News*» nevnt en eneste gang. I 2016 ble det nevnt én gang, mens i 2017 dukket begrepet opp 51 ganger. Begrepet nådde toppen i rapporten fra 2018, der «*Fake News*» ble nevnt hele 114 ganger. Deretter begynner det

å avta, og i 2022 ble det nevnt ti ganger. En ting vi bet oss merke i da vi gikk gjennom rapportene var at 2017-utgaven ble innledet med en bekymring overfor falske nyheter:

“This year’s report comes against the backdrop of continuing concerns about how to fund journalism and the relations between news organizations and platforms, but also an intensification in news about the news, driven by attacks on the US media and widespread concern about ‘fake news.’ We look at issues of truth and falsehood and trust in this year’s report, where we continue to see big differences between countries and regions” (Newman et al., s. 9).

Som en forstår ved å se på *Reuters-rapportene* var det en betydelig opptrapping i omtalen rundt falske nyheter både under og i etterkant av presidentvalget i 2016. Dette er grunnen til at vi valgte å knytte fenomenet opp i forbindelse med det amerikanske presidentvalget.

3.4 Hvilken påvirkning har falske nyheter på journalistikken?

For å forstå hvilken påvirkning falske nyheter har på journalistikken, er vi nødt til å se på motivet til dem som står bak falske nyheter. De har som oftest en intensjon om å villedde leseren til å tro at den falske nyheten er en nyhet, at avsenderen er en journalist som forsøker å etterleve journalistiske idealer og at innholdet i saken har vært gjenstand for journalistisk praksis (Alme, 2019).

Falske nyheter spiller altså på tilliten leserne har dannet til mediene. Selv om det ikke nødvendigvis er mediene selv som har produsert de falske nyhetene, blir det likevel mediene som tvinges til å handle for å forhindre at deres eksistensgrunnlag - tilliten - ikke blir skadelidende (Kalsnes, 2019).

De falske nyhetene etterligner de estetiske trekkene til nyheten, slik at leseren skal oppleve nyheten som sann. Det ligger altså et bedrageriforsøk bak falske nyheter, som enten er politisk eller økonomisk motivert. Økonomisk vinning kan for eksempel komme av reklamegevinster av artikler delt på sosiale medier, mens politisk vinning kan være å påvirke meninger og skade eller fremme en politisk kandidat, en politisk sak eller et politisk standpunkt (Alme, 2019). Ved å misbruke nyhetens troverdighet kan falske nyheter undergrave journalistikkens legitimitet. Spesielt i et samfunn der sosiale

medier spiller en stor rolle, hvor den faktiske kilden til informasjonen ofte fjernes, eller i det minste oppfattes på avstand (Tandoc, Lim & Ling, 2017, s. 147).

Falske nyheter påvirker altså journalistikken ved at den svekker tilliten til anerkjente mediehus. De etterligner de estetiske trekkene i artikler slik at leserne blir villedet og ikke klarer å se forskjell på hva som er sant og usant. Motivet til de som publiserer falske nyheter er ofte økonomisk eller politisk vinning. Selv om det ikke nødvendigvis er mediene selv som har publisert de falske nyhetene, er det de som må stilles til ansvar for spredningen av dette.

3.5 Hvordan påvirker falske nyheter samfunnet og politikken?

I medieundersøkelsen 2022 svarte 39 prosent at de hadde stor tiltro til mediene. 50 prosent hadde noe tiltro, og elleve prosent hadde mindre eller ingen tiltro (Nordiske mediedager, 2022). Mesteparten av befolkningen i Norge stoler altså på det som publiseres av de ulike mediene. Noe som kan svekke denne tilliten er falske nyheter, og det kan ha konsekvenser for den offentlige opplyste samtalen. Dersom informasjonen som fremmes på disse kanalene viser seg å være feil, kan det føre til en mer uvitende befolkning. Alme (2019) skriver at de som står bak falske nyheter spiller på forventningen om sant og viktig innhold, en redelig intensjon og profesjonell og etisk informasjonshåndtering som leseren gjerne har til en nyhetssak. Som nevnt tidligere søkes dette oppnådd gjennom å etterligne nyhetsformatet. Det får leseren til å tro at god journalistisk praksis ligger bak den falske nyheten, og at han eller hun kan stole på innholdet i saken.

Som nevnt tidligere kan de som står bak falske nyheter ha et ønske om å fremme deres politiske standpunkt. Presidentvalget i 2016 er mest kjent for akkurat dette. Det var første gang verden for alvor opplevde en valgkamp som i stor grad ble påvirket av falske nyheter. De mest populære falske nyhetsartiklene ble mer delt på *Facebook* enn de mest populære nyhetsartiklene fra anerkjente mediehus. Mange som ser falske nyhetshistorier sier de tror på det de leser, og de mest diskuterte falske nyhetsartiklene gikk vanligvis i favør til Donald Trump i stedet for Hillary Clinton. Med dette som utgangspunkt, er det flere som mener at Donald Trump ikke ville ha blitt valgt som

president om det ikke var for påvirkningen falske nyheter hadde (Allcott & Gentzkow, 2017, s. 212).

Falske nyheter påvirker samfunnet og politikken i den grad at desinformasjon kan spres like før politiske valg. Dette kan påvirke meningene til borgerne og kan på den måten brukes for å skape politisk vinning. Falske nyheter kan også føre til store kunnskapshull i befolkningen ved at enten konspirasjonsteorier eller falske rykter sprer seg.

3.6 Ekkokamre og filterbobler

I begynnelsen tenkte vi å snevre oppgaven vår inn mot ekkokamre og filterbobler. Dette er noe som ofte trekkes fram når falske nyheter diskuteres, og noen mener disse fenomenene er avgjørende faktorer for at falske nyheter sprer seg så bredt som de gjør.

Larsen & Solheim (2020) forklarer at filterboblene har den effekten at nettlelere, søkemotorer eller sosiale medier kan filtrere bort informasjon som den tror en ikke vil ha interesse av, basert på ens tidligere historikk og aktivitet på internett. Ifølge dem fører dette til at vi ikke blir eksponert for meningsmangfold eller alternative perspektiver. Det mener de er en ren reell svekkelse av ytringsrommet, og i ytterste konsekvens også det deliberative demokratiet. Videre argumenteres det for at ekkokammer er noe vi selv skaper gjennom vår nettbaserte aktivitet.

Etter å ha gjennomgått flere forskningsartikler fant vi derimot ut at dette fenomenet ikke er like stort og utbredt som vi først trodde. Arguedas, Robertson, Fletcher og Nielsen (2022) finner at ekkokamre er mye mindre spredt enn først antatt. De finner heller ingen støtte for filterboble-hypotesen. Videre finner Haim, Graefe og Brosius (2018) at filterboble-fenomenet trolig er overestimert innenfor algoritmisk personalisering (s. 14). Det trekkes fram at fenomenene gir et svært blandet syn på polariseringen og rollen nyheter og media har i å bidra til polariseringen i samfunnet. På algoritmestyrte plattformer som *Facebook* er innholdet ikke bare formet av brukerpreferanser, men også dynamikken av plattformene i seg selv. Nåværende konfigurasjoner av plattformer, brukere og nyhetsorganisasjoner ser ut til å være designet for å forsterke eksisterende mønstre av attraktivitet for nyheter (Thorson, 2020, s. 1078).

Teoretisk forestiller en seg at individer i filterbobler og ekkokamre blir mer og mer ekstreme og over tid blir ofte fiendtlige i sine synspunkter. I et ekkokammer skriver og leser medlemmene ofte hatefulle ytringer og trusler som alle i ekkokammeret er enige med. Ingen motsier hverandre, og ingen moderator griper inn. Ofte tror medlemmene på denne informasjonen fordi de er enige med det eller fordi en de stoler på fra gruppen har delt det. De stiller ikke spørsmål ved dette, men bekrefter innholdet (Magin, 2021, s. 7).

Det er ingen tvil om at vi ser effekter av algoritmisk personalisering på søkemotorer og sosiale medier. Likevel havner svært få av oss i slike ekstreme informasjonsomgivelser. Derfor er - i henhold til den vitenskapelige forståelsen - de aller fleste av oss på ingen måte fanget i hverken filterbobler eller ekkokamre (Magin, 2021, s. 7).

Selv om de fleste forskningsartiklene viser at kommunikasjon over internett ikke påvirker utformingen av ekkokamre og filterbobler blant majoriteten av befolkningen, finnes det flere studier som foreslår at det finnes mindre bobler i utkanten av majoritetene (Arguedas, Robertson, Fletcher & Nielsen, 2022). De mest politisk radikale er en gruppe som havner i utkanten av majoritetene. Når de konsumerer partiske nyheter eller svært partisk innhold kan det være med på å radikalisere tolkninger (Knobloch-Westerwick & Meng, 2011; Levendusky, 2013) og øke fiendtligheten mot andre politiske utkanter (Garrett et al., 2014; Wojcieszak et al., 2020). Dette kan igjen føre til at partiske nyheter spres til de som ikke konsumerer dem direkte (Druckman et al., 2018). Demokratiske teoretikere har lenge argumentert for at balansert eksponering er avgjørende for et sunt, respektfullt, og bærekraftig demokrati (Arendt, 1968; Barber, 1984; Page, 1996). Forskning på folks medievaner foreslår blant annet at et møte med nye synspunkter har muligheten til å moderere folks holdninger og følelser mot de politiske utkantene (Mutz, 2002; Nelson, 2015; Wojcieszak & Warner, 2020).

Det er viktig å påpeke at filterbobler kan forvrengte oppfatningen av den offentlige meningen hos brukere. Strukturen til nyhetsstrømmen på internett kan få brukeren til å tro at de ser det alle andre ser når de egentlig mottar en svært personifisert og partisk nyhetsstrøm (Möller, 2021, s. 93). Videre skriver Möller at vi ofte snakker med andre som deler samme meninger som oss. Disse likesinnede vennene vil trolig fortsette å gi oss ny informasjon som passer med de perspektivene og interessene vi allerede har.

Både mekanisme, selektiv eksponering og homogenetikk foreslår at individer er motivert til å omringe seg selv med informasjon som passer deres oppfatninger og samtidig unngå synspunkter som går imot det de selv tror på.

Som vi har lært i dette kapittelet defineres falske nyheter som helt eller delvis falske nyhetssaker som har et mål om å villed og skape økonomisk gevinst. Disse nyhetssakene publiseres som regel på sosiale medier, der de spres hyppig. Falske nyheter er en trussel mot samfunnet ettersom det skaper et kunnskapshull blant befolkningen. Dess mer falske nyheter som spres, dess mindre vil tilliten til journalistikken bli. Folk vil stole mindre på det de leser, og det er med på å skade journalistikkens samfunnsoppdrag. Det kan føre til splittelser blant befolkningen og politiske valg vil trolig påvirkes av dette. På sosiale medier kan en havne i filterbobler eller ekkokamre, der en får servert nyheter og informasjon som kun fremmer ens egne synspunkt og meninger. Selv om disse ikke er særlig utbredt, er det likevel et sted der konspirasjonsteorier og falske nyheter spres som ild i tørt gress.

4.0 Metode

Når en gjennomfører en teoretisk oppgave er det flere metoder som må tas i bruk for å få et overordnet blikk på tematikken. I denne oppgaven valgte vi blant annet å bruke tekstanalyser som metode for å forstå begrepet «*Fake News*» og få kunnskap om hva falske nyheter betyr for journalistikkens legitimitet. Vi undersøkte også hvilken rolle falske nyheter har og har hatt i nyhetsbildet verden rundt. Den andre metoden oppgaven har brukt er kvalitative intervjuer. Dette for å få en bred forståelse over hva falske nyheter er, hvilken betydning det har og hvordan redaksjoner jobber for å motvirke det. Intervjuene vi har gjennomført er av en politisk redaktør i *Dagbladet*, debattjournalist og USA-kjenner og en medieforsker. Vi tok utgangspunkt i en intervjuguide som bestod av semistrukturerte og kvalitative intervjuer (se Vedlegg 1). For å kunne transkribere intervjuene i etterkant tok vi også lydopptak av intervjuene, dette ved bruk av tjenesten *Nettskjema Diktafon*. NSD-godkjenning har blitt gjennomført av emneansvarlig Terje Hillesund.

4.1 Tekstanalyse

Vi har undersøkt flere forskningsartikler som tar opp temaet falske nyheter og hvordan journalistikken forholder seg til det. Gjennomgang av eksisterende litteratur som omhandler temaet er en viktig del av undersøkelsesprosessen. Målet med litteraturgjennomgangen er å stadfeste hva som allerede er kjent, for så å ramme inn gjennomgangen slik at den kan fungere som en godkjennelse for undersøkelsen. Vi har tatt i bruk en narrativ undersøkelsesmetode, som vil si at vi søker etter å komme til en oversikt over fagfeltet gjennom en helhetlig vurdering og kritisk tolkning av litteraturen (Bryman, 2016, ss. 90-91). Mens vi gikk gjennom disse forskningsartiklene markerte vi det som var relevant for oppgaven slik at vi enkelt kunne finne tilbake til det vi gikk gjennom. Formålet med tekstanalysen er ikke bare å være kritisk overfor teksten, men også det å være selvkritisk og dra egne fortolkninger. Idealet for tekstanalyse er at den er åpen og fordomsfri. Som metode skal den sikre at den hermeneutiske sirkel ikke blir en selvbekreftende sirkel (Jensen, 2011, s. 28).

Vi var tidlig ute med å lete etter relevant litteratur for denne oppgaven. Flertallet av forskningsartiklene ble hentet ut fra *Google Scholar* og *Oria*. Disse forskningsartiklene har relevans både for problemstillingen vår, og for hvordan vi gikk frem med de forskjellige metodene vi har tatt i bruk. Søkekriteriene vi satte opp da vi lette etter forskningsartikler var blant annet disse:

Fake news, fake news impact on the 2016 election, fake news impact on journalism, filter bubbles and echo chambers, falske nyheter, journalistikkens legitimitet, falske nyheter, påvirkningen på norske mediehus og journalistikken som institusjon.

Vi satte oss ikke noen spesifikk grense på hvilke årstall forskningsrapportene var skrevet, men var hele tiden oppmerksomme på at kildene skulle være pålitelige og relevante for oppgaven.

4.2 Kvalitative intervjuer

Vi har brukt kvalitative intervjuer for å samle inn data til oppgaven. Hensikten med slike intervjuer er å hente informasjon eller bli informert av intervjuobjektet. Det er vanlig å bruke begrepet informant om de som intervjues. I dette begrepet ligger det en

erkjennelse av at forskeren skal bli informert om innsikter, vurderinger og refleksjoner som den som intervjues forvalter (Østbye et al., 2013, s. 103). Vi valgte denne metoden da vi tenkte det ville gi en dypere forståelse av temaet. Samtidig fikk også informantene mulighet til å knytte inn egne erfaringer og eksempler for å begrunne svarene deres. Kvalitative intervjuer er en strategi som vanligvis legger vekt på ord og kvalitet i samlingen og analysen av data. Som forskningsmetode er den syntetisk, konstruksjonistisk og tolkningsorientert (Bryman, 2016, s 374). Kvalitativ undersøkelse gir innsikt i sosiale dimensjoner, og gir oss dermed en bredere forståelse for journalistikken som institusjon.

En kvalitativ undersøkelse mener vi passer bedre til denne oppgaven enn en kvantitativ undersøkelse. Å samle data på en kvantitativ måte innebærer innsamling av numerisk data, altså at en snakker med flere kilder for å samle så mye informasjon som mulig (Bryman, 2016, s. 149). En slik forskningsmetode hadde både krevd flere kilder, men også en annen tilnærming av datainnsamling. Vi kunne brukt en kvantitativ metode dersom oppgaven hadde lagt vekt på å samle inn data på eksempelvis hvor mange som har lest falske nyheter. Da ville vi laget en spørreundersøkelse og tatt kontakt med en større gruppe mennesker. Grunnen til at vi ikke gjorde dette var fordi en spørreundersøkelse som dette gjerne inneholder feil, enten fra vår side, eller ved at informantene feilinformerer. Derfor blir resultatet sjelden representativt. Samtidig hadde vi et tidspress på oppgaven, og valgte derfor å ikke gjennomføre en slik undersøkelse.

De kvalitative intervjuene vi gjennomførte var semistrukturerte. Denne typen intervju refererer til en kontekst der intervjueren har en rekke spørsmål i form av en intervjuguide, men rekkefølgen kan variere. Intervjueren spør vanligvis flere spørsmål utover de som allerede er skrevet ned (Bryman, 2016, s. 201). I forkant av intervjuene lagde vi en intervjuguide med utgangspunkt i problemstillingen. Intervjuguiden delte vi inn i de tre kategoriene makt, praksis og tillit. Basert på disse kategoriene lagde vi forskjellige spørsmål som var spisset inn mot informantene våre og deres interesseområder. På denne måten kunne vi stille mer forberedt til intervjuene og hadde en klarere pekepinn på hvordan vi ønsket at intervjuene skulle gjennomføres. To av intervjuene var over *Zoom*, mens ett av dem var fysisk. Ideelt sett skulle vi tatt alle intervjuene fysisk, men da to av informantene ikke holder til i Stavanger ble det enklere å ta det digitalt.

Vi tok opp intervjuene med Universitet i Oslo sin app *Nettskjema Diktafon*. Dette er en opptaks-app som sender lydfiler til en kryptert nettside. Denne nettsiden er det kun vi som har tilgang til, slik at kildenes sikkerhet blir ivaretatt. Dette var kildene klar over, og de sendte inn deres samtykke til at vi kunne bruke dataene i oppgaven. Når vi utforsker problemstillingen vår nærmere har vi også et lovfestet ansvar for å sikre at all forskning skjer i henhold til anerkjente forskningsetiske normer (Kunnskapsdepartementet, 2022).

4.3 Intervjukilder

Vi valgte å intervju tre forskjellige kilder til analysedelen av oppgaven vår. Utvalget av disse kildene er strategisk, fordi vi mener de bidrar med forskjellige synspunkt og relevante erfaringer om temaet. Alle informantene vi spurte ville stille til intervju, noe som betyr at vi fikk kildene vi ønsket, og den informasjonen vi trengte.

Vi var tydelige på at vi ønsket å snakke med en redaktør for å få innblikk i hvordan redaksjonen har jobbet for å forhindre spredningen av falske nyheter. En større avis som *Dagbladet* tenkte vi både ville ha eksempler og en klar orden, samt regler i hvordan redaksjonen skal forhindre falske nyheter. Lars Helle er politisk redaktør i *Dagbladet* og foreleser ved Universitet i Stavanger. Han snakker om hvordan norske redaksjoner møter falske nyheter og hvorvidt fenomenet finnes i det norske mediebildet i dag. Gjennom mange års erfaring som redaktør i både *Dagbladet* og *Stavanger Aftenblad* kommer han med eksempler og kunnskap som er svært relevante for oppgaven.

Med en medieforsker får vi et bredt syn på hvordan journalistikken står i dagens Norge. Bente Kalsnes er medieforsker og professor ved Institutt for kommunikasjon på Høgskolen Kristiania. Hun har skrevet en bok om falske nyheter og hvordan det påvirker journalistikken. Hennes ekspertise i mediekunnskap gir et godt innblikk i hva falske nyheter betyr for journalistikkens legitimitet og hvordan falske nyheter påvirker medielandskapet. Ved at hun har studert hvordan veksten av falske nyheter i Norge har vært, vil også vi få en bedre forståelse for hvordan fenomenet utspiller seg i norske medier.

Presidentvalget i USA i 2016 var det store startskuddet for falske nyheter sin brutale framvekst i samfunnet. For å bli mer klok på nøyaktig hvor stor påvirkning falske nyheter har hatt i USA, ville vi snakke med noen som hadde ekspertise innenfor temaet. Sigrid Rege Gårdsvoll er debattjournalist i *Vårt Land* og USA-kjenner. Hun har flere ganger vært i TV-studio for *VGTV* og *TV2* og kommentert valgkampen i USA. Eksempler fra USA og å vite om hvordan strømmen av falske nyheter beveger seg i landet i dag, er viktig for å forstå omfanget og de negative aspektene ved falske nyheter.

Vi valgte disse kildene for å få tre ulike syn på problemstillingen og dermed få en bredere forståelse for fenomenet. Redaktøren gav oss innblikk i hvordan journalistikken praktiseres, medieforskeren gav oss generell informasjon om dagens mediebilde og hvilken påvirkning falske nyheter har på journalistikken. USA-kjenneren forklarte hvordan situasjonen i USA er forskjellig fra det norske nyhetsbildet.

5.0 Analyse

Vi deler som kjent oppgaven inn i tre forskjellige deler. Etter å ha samlet inn data, utførte vi en tematisk analyse av stoffet. En tematisk analyse er en metode for å identifisere, analysere og rapportere om mønster og gjentakende temaer i materialet. Den forenkler, organiserer og beskriver materialet meget detaljert. Ofte drar det seg lengre enn dette og tolker forskjellige aspekter av forskningstemaet (Braun & Clarke, 2008).

Den tematiske analysen deles inn i seks faser. Første fase går ut på å bli kjent med dataen. Da vi allerede hadde transkribert intervjuene betydde dette at vi leste dem igjen og fikk en bedre forståelse for hva som faktisk ble sagt under intervjuene. Deretter lager en forskjellige koder til dataen, i vårt tilfelle skilte vi dataen kategoriene makt, tillit og praksis. Fase tre går ut på å søke etter temaer i dataen og kategorisere innholdet slik at det passer overens med kodene vi først kategoriserte materialet med. Etter det var gjort vurderte vi temaene, og sørget for at innholdet i de forskjellige kategoriene stemte. De to siste fasene går ut på å definere og rapportere om de forskjellige temaene vi fant i dataen gjennom den tematiske analysen. Det gjorde vi ved å oppsummere funnene fordelt i kategoriene nedenfor (Braun & Clarke, 2008).

Gjennom den tematiske analysen kom vi fram til at journalistikken har stor makt i dagens samfunn, men at den også er noe svekket. Det var også enighet blant informantene om at

falske nyheter ikke var et like stort problem i Norge som i USA. Faktasjekkingsverktøy og årvåkenhet nevnes som forklaringen på dette. Avslutningsvis fant vi at tilliten til norske medier er stor, og har trolig ikke blitt påvirket av falske nyheter. På den andre siden er situasjonen i USA helt annerledes.

5.1 Journalistikkens makt

Journalistikken blir omtalt som den fjerde statsmakt og har et viktig ansvar for å gi befolkningen den informasjonen de trenger, samt belyse samfunnsviktige spørsmål. Gjennom intervjuene ble det kjent at denne makten fremdeles består i dag, og at journalistikken har en stor publiseringsmakt. Den har også en påvirkning på politisk og offentlig dagsorden.

– Journalistikken påvirker politikken med at den fortsatt har evnen til å sette dagsorden. Det betyr at prioriteringen til politikere kan bli preget av dagsorden fra mediene. - Lars Helle

Presidentvalget i USA i 2008 var det første store valget der sosiale medier eksisterte. Siden den gang har sosiale medier vokst og gitt folk mulighet til å finne informasjonen sin via andre kilder enn tradisjonelle medier. Dette gjør at medienes makt i USA er mye mindre enn tidligere. Under presidentvalget i 2016 ble det forklart at falske nyheter spilte en veldig stor rolle, og mye av populariteten til Donald Trump kom av falske nyheter. Selv om falske nyheter spredte seg på sosiale medier, hadde også journalistikken en påvirkning på valget. Det trekkes blant annet fram at den store mediedekningen av Hillary Clinton sine e-poster i 2016 var med på å påvirke valget. I Norge, derimot, tror ikke kildene at falske nyheter vil ha stor påvirkning på fremtidige valg.

– Det er ikke noe som tyder på at falske nyheter kan påvirke norske valg. - Bente Kalsnes

Selv om falske nyheter ikke er like utbredt i Norge, er det fremdeles enkelte saker som får oppmerksomhet og rykter som kan sirkulere. Et eksempel som nevnes på dette er et lokalvalg i Kristiansand i 2019. Der satte *Facebook*-siden *Sørlandsnyhetene* et tydelig preg på valget. *Sørlandsnyhetene* kom med påstander om kameraderi og korrupsjon blant næringslivstopper og politikere i byen. Avisen *Fædrelandsvennen* kritiserte *Sørlandsnyhetene* for å ha bygd opp artikler på upålitelige kilder. Etter lokalvalget pekte mange på *Facebook*-siden med 22.000 følgere som en viktig årsak til regimeskiftet i byen (Røsvik & Sorbø, 2020).

Som vi har undersøkt tidligere i oppgaven, er tilliten til media i Norge stor. Evnen til å sette dagsorden gjør at journalistikken har stor makt til å for eksempel påvirke politikken, slik en av informantene nevner.

*– Det er viktig å skille på om denne påvirkningen er lokal, regional eller nasjonal. Det vil variere i ulike kontekster, men under valg kan det være vanskeligere for mediene å sette dagsorden. Penderboligsaken med Kjell Ingolf Ropstad gikk av like før valget. Det kan ikke bevises at det hadde noe å si for valget, men det kan ha hatt ganske stor betydning. - **Bente Kalsnes***

Journalistikken har som nevnt tidligere evnen til å sette temaer på dagsorden. Et eksempel som trekkes fram for å bevise dette er *Debatten* med Fredrik Solvang, der temaer tas opp slik at politikere kan se seg nødt til å prioritere annerledes. Kalsnes trekker fram penderboligsaken med tidligere KrF-leder Kjell Ingolf Ropstad, som ble gjort kjent like før valget i 2021. Det kan ikke bevises at det hadde noe å si for valget, men det kan spekuleres i det. Dermed kan også den norske mediedekningen ha påvirkning på politikken. Som vi ser, er altså evnen til å sette dagsorden i samfunnet helt sentral for journalistikkens makt.

5.2 Journalistikkens praksis

Spesielt USA ble trukket fram som en nasjon som sliter med politisk og journalistisk dagsorden som følger av falske nyheter. I intervjuet med USA-kjenneren ble en teori av Richard Hofstadter fremhevet som litt av forklaringen på dette. Teorien kom til syne i essayet *Paranoid style in American politics*. Den går ut på at politikken i USA har vært preget av mistenksomhet og konspirasjonsteorier helt siden landets grunnleggelse. Med flere konspirasjonsteoretikere er det også større rom for at falske nyheter kan flyte fritt.

*– Amerikansk politikk har en paranoia som gjør at samfunnet er veldig modent for, og utsatt for konspirasjonsteorier. Det er mange konspirasjonsteoretikere i landet. Dette tror jeg henger sammen med «fake news». - **Sigrid Rege Gårdsvoll***

Vær varsom-plakaten ble gjentatte ganger nevnt under intervjuene våre. Punkt 3.2. ble spesielt trukket fram som et eksempel på hvordan en kan unngå falske nyheter i journalistisk praksis. Pressens faglige utvalg kommer med følgende oppfordring til journalistene i dette punktet:

«Vær kritisk i valg av kilder, og kontroller at opplysninger som gis er korrekte. Det er god presseskikk å tilstrebe bredde og relevans i valg av kilder. Vær spesielt aktsom ved behandling av informasjon fra anonyme kilder, informasjon fra kilder som tilbyr eksklusivitet, og informasjon som er gitt fra kilder mot betaling» (Pressens faglige utvalg, 2021).

Andre hjelpemidler som ble fremmet av informantene i kampen mot falske nyheter er faktasjekkingsverktøy som *Faktisk.no*, *Faktisk Verifiserbar* og *SKUP*. Sistnevnte er stiftelsen for en kritisk og undersøkende presse, hvor interesserte kan lese gjennom metoderapporter for å forstå hvordan journalistene har jobbet seg fram til sakene de publiserer. Informantene mener falske nyheter har gjort at norske redaksjoner har måttet blitt mer kildekritiske. Ifølge Helle har *Dagbladet* kontinuerlige oppdateringer internt om hvordan meldinger fra sosiale medier skal verifiseres. Redaksjonen stiller seg årvåkne til å faktasjekke nyhetsmeldinger som kommer inn. For å demonstrere dette, trekker Helle fram nyheten om cruiseskipet «*Viking Sky*» som havarerte på Mørkekysten i 2019. Da hendelsen inntraff kom det mange meldinger på *Twitter* om hvem som stod bak, hva som var årsaken og mange konspirasjonsteorier. Innleggene var fra over hele verden og det var stort sett falsk informasjon. *Dagbladet* valgte å ikke bruke disse opplysningene, ettersom de ikke kunne verifiseres. Redaktøren i *Dagbladet* mener det er en del av ryggmargsfølelsen til journalister å skille ekte fra falske nyheter. Dette kan gjerne være tilfelle da faktasjekk har blitt mer vanlig i norske redaksjoner etter at falske nyheter for alvor dukket opp.

– *Et eksempel hvor en burde gjort en grundigere faktasjekk var skytingen på London Pub i Oslo. Ei jente havnet på førstesida av Aftenposten etter hun hevdet å ha blitt skutt. Hun var en skeiv handikappet person som ikke hadde norsk etnisk bakgrunn. Det er lett i en slik opphetet situasjon å tro på henne. Det ble avdekket noen måneder etterpå at hun ga ut falsk informasjon. - Lars Helle*

Noe annet som kom til syne gjennom intervjuene var at mange redaksjoner i USA synes det var vanskelig å vite hva som var falske nyheter og ikke under presidentvalgene. Det dukket opp faktasjekker, men de gjorde det ikke spesielt bra. I USA trekker Gårdsvoll fram at det aldri har vært et marked for å sjekke falske nyheter. Redaksjonene var ikke klare for å håndtere problemet.

– *Falske nyheter var et helt nytt problem. Det hadde vært et marginalt problem, men nå ble det noe alle mediehusene måtte håndtere. - Sigrid Rege Gårdsvoll*

For å forhindre falske nyheter mener Kalsnes at helt grunnleggende journalistiske metoder som kildekritikk er nødvendig. Materialet må også undersøkes. En bør for eksempel sjekke

om en video har blitt tatt ut av kontekst, hvem som eier nettstedet en befinner seg på, og være skeptisk dersom det ikke er en byline i artikkelen en fikk informasjonen fra. Tidspresset med å være tidligst ute med «*breaking news*» mener hun kan føre til at journalister blir lurt av falske nyheter.

– *Journalister må stille seg kritisk til alt de ser før de bruker det videre. En kan ta i bruk ulike verktøy for å sjekke om informasjonen faktisk stemmer. Det er massevis av kontrollspørsmål en kan stille. - Bente Kalsnes*

Rent praktisk mener Helle det er viktig at mediene må være der leserne er. For eksempel ved at mediene publiserer nyheter på sosiale medier. På disse plattformene får falske nyheter flyte fritt, men dersom mediene kontinuerlig oppdaterer sine kanaler med engasjerende innhold som treffer leserne, vil de over tid bygge troverdighet hos leserne.

– *Det er bedre at folk kommer inn på en NRK, VG eller Dagbladet-sak gjennom Facebook, enn at de havner i et konspirasjonshelvete. Vi må være der folk er og presentere nyhetene på en måte folk er opptatt av. Slik fanger vi opp nyhetsunnvikere gjennom å poste saker på Facebook som de ellers aldri ville sett. - Lars Helle*

De fleste sosiale medier er algorit mestyrte. Hvis mediene når ut til leserne er det større sannsynlighet for at de får opp lignende innhold neste gang de logger inn. Dersom leseren ikke relaterer til nyhetene, er risikoen større for at de havner på «feil side» av nyhetene, og får opp usanne historier fra upålitelige kilder. Det er derfor viktig at mediene viser fram hvordan de har jobbet seg fram til de forskjellige nyhetssakene. De må vise fram praksisen ettersom dette er med på å sette grenser for hvordan falske nyheter sprer seg.

5.3 Journalistikkens tillit

Informantene er enige i at det er høy tillit til journalistikken i Norge. Det er god kvalitet på stoffet som publiseres, og det er særlig høy tillit til redaksjonelle medier som NRK. Tilliten til mediene bygges opp gjennom faktasjekk. Kalsnes nevner SKUP som en tillitsbygger ettersom den viser hvordan journalistene har jobbet seg fram til nyhetene.

– *Faktasjekk er viktig for å øke troverdigheten til norske medier, særlig i forbindelse med valg. I Norge har en noe som heter SKUP, som ser på hvordan journalistene har jobbet seg fram til nyhetene. Det er et viktig verktøy. - Bente Kalsnes*

Selv om tilliten til de norske mediene anses å være høy, poengterte flere av kildene våre at mediehusene kontinuerlig må jobbe for å holde på denne tilliten. Det tar lang tid for mediene å danne tillit hos leserne, men den kan også brytes svært fort. Det har vi sett flere eksempler på i det siste, og en sak som spesielt ble lagt fram var Giske-saken, hvor VG mistet tilliten til mange lesere med et feiltrinn i de etiske vurderingene før publisering.

Manipulert informasjon nevnes som et større problem for tilliten til norske redaksjoner framover. Det blir stadig lettere å manipulere tekst, bilder og video. Den kunstige intelligens-tjenesten *ChatGPT* har også potensialet til å forfalske nyheter. Informasjon som kan se relevant ut for journalister, men som er falsk, vil ifølge informantene trolig bli mer vanlig i tiden framover.

*– Manipulert informasjon kan nok bli et større problem. Det er så lett å manipulere tekst, video og bilder. En har mulighet til å forfalske alt. Det trenger ikke nødvendigvis å være slik at det ser ut som et nettsted, men heller at det kommer i en video eller en lekket epost som ser troverdig ut. Det ser ut som relevant informasjon for journalister, men kan være falsk. - **Bente Kalsnes***

Det er lite som tyder på at tilliten til norske medier er svekket i dag på grunn av falske nyheter, ifølge informantene. De trekker fram at tilliten i Norge er høy i forhold til andre land. En svekket tillit mener redaktøren i *Dagbladet* heller går på tabber fra mediene. Feil som Giske-saken kan midlertidig svekke tillit, og slike feil tror han vil bli gjort hele tiden.

*– Jeg tror ikke tilliten til norske mediehus er svekket i dag. På tillitsmålinger så er de ikke det. En svekket tillit går heller på tabber fra mediene. For eksempel Giske-saken og Sigøynerkvinnen i Bergen. Den type blemmer kan midlertidig svekke tilliten til mediene. Sånne feil vil de gjøre hele veien. Falske nyheter tror jeg ikke har bidratt til å svekke tilliten. - **Lars Helle***

I USA nevnes det at folks tillit til mediene avhenger av hvilket politisk syn de har og hvor de bor. Ifølge Gårdsvoll føler folk som bor midt i USA at mediene er mer for de som bor ved kysten. Befolkningen mangler tillit til mediene, og dermed er det vanskeligere å skille mellom hva som er rett og galt. Videre sier hun at USA er et splittet mediesamfunn, noe det er vanskelig for nordmenn å skjønne fordi vi er vant med faktabaserte og konkrete nyheter. Hun sier det er et stort problem når folk får nyhetene sine fra forskjellige kilder, med mål om å villedde. Dersom folk er politisk på venstresiden i USA, så stoler de fleste på journalistikken, men de som er på høyresiden stoler mer på høyrestilte medier som for eksempel *FOX News*. Det antas også at tilliten til journalistikken i USA har blitt svekket de siste årene, sannsynligvis er dette på grunn av falske nyheter.

*– Journalistikken har fortsatt stor makt, men mindre enn ved tidligere valg. 2008-valget var kanskje det første valget der sosiale medier var en greie. Sosiale medier har vokst etter det, og det har ført til at de tradisjonelle mediene har en mer svekket plattform. Folks tillit til mediene avhenger av hvilket politisk syn de har. Det at folk har mulighet til å finne informasjonen sin via andre kilder gjør at medienes makt er mye mindre enn tidligere. - **Sigrid Rege Gårdsvoll***

Et annet punkt som ble brukt til å forklare skillet mellom falske nyheter i Norge og USA var nedleggelse av lokalaviser. I USA har det vært veldig mange aviser som har blitt lagt ned i løpet av de siste 30 årene. Det er derfor en mangel på lokal mediedekning.

*– USA har også hatt en voldsom avisdød i løpet av de siste 30 årene. De fleste blir lagt ned, de andre blir kjøpt opp av større konsern. Dermed finnes det mindre lokal mediedekning. Det finnes derimot større medier som pumper ut nyheter hele døgnet. Det skaper et skille og avisene er ikke like lokale lenger. Mangelen på lokale aviser som kan bekrefte eller avkrefte nyheter gjør at rykter får mye større spillerom. - **Sigrid Rege Gårdsvoll***

Lokalavisene i Norge har derimot klart seg bra de siste årene. De er med på å danne tillit til mediene i Norge da leserne føler på en tilhørighet, og at innholdet angår dem. Slik er det ikke i USA, da det er et stort skille i hvordan leserne opplever å bli fremstilt.

I intervjuene ble det gjort kjent at journalistikken skal informere borgerne og sette dagsorden. Denne makten, altså dagsordenfunksjonen, er fremdeles stor i dag, og er nødvendig for at journalistikken som institusjon opprettholdes på en holdbar måte. Påvirkningskraften er dermed stor, og som vi har sett i USA, så har falske nyheter vært med på å påvirke et helt samfunn under de politiske valgene. I Norge har vi ikke opplevd dette på samme måte ettersom falske nyheter ikke er like utbredt. Journalistikken er likevel med på å sette politisk dagsorden og medienes makt kan også påvirke norske valg - helt uten falske nyheter. Grunnen til dette er at tilliten til nyhetsmediene i Norge er stor. Folk stoler på det de leser, og det kan knyttes opp mot god journalistisk praksis. Det publiseres samfunnsrelevante nyheter, og det jobbes aktivt for å forhindre at falske nyheter spres.

6.0 Diskusjon

Mye av det informantene fortalte oss i løpet av intervjuene stemte overens med det som kom til syne i litteraturgjennomgangen. Denne delen av oppgaven skal forklare hva funnene våre betyr, og hvilke implikasjoner de har. Vi skal også forklare hvordan funnene forholder seg til forskningsfeltet og de referansene vi har brukt.

6.1 Falske nyheter

Som vi har sett i litteraturgjennomgangen er det flere definisjoner på falske nyheter. Begrepet defineres blant annet som fullstendig falsk informasjon laget for å skaffe økonomisk gevinst (Kalsnes, 2019, s. 24). *Medietilsynet* (2022) har en annen definisjon som sier det er nyhetslignende saker som fremstår ekte, men helt eller delvis er basert på løgn (s. 5). Bruken av falske nyheter ble mye større etter presidentvalget i USA i 2016, der spesielt Trump beskyldte de store nyhetskanalene i landet for å publisere «*Fake News*». Likevel er det ikke slik at falske nyheter oppstod i kjølvannet av dette. En av de første gangene falske nyheter ble omtalt var, som nevnt tidligere, i 1898 i magasinet *The Arena*. Den delte hovedoppfatningen av falske nyheter er nyhetsartikler som beviselig er falske og som ønsker å villedes lesere. Dette er ofte også hensikten til de som publiserer.

I løpet av intervjuene kom det til syne at falske nyheter ikke er et like stort problem i Norge som det har vært og fremdeles er i USA, men at det likevel må tas på alvor. Både sosiale medier, men også journalistikken ble trukket fram som påvirkningsfaktorer under presidentvalget i 2016. Selv om falske nyheter ikke er like vanlig i Norge, mente informantene våre at det fremdeles kan være enkelte saker som får mye oppmerksomhet og rykter som kan sirkulere. Avisdød og paranoia ble trukket fram som forklaringer på at falske nyheter florerer i USA, mens *Vær Varsom-plakaten* og faktasjekkingsverktøy ble fremmet som forklaringen på at Norge ikke opplever det samme trykket av falske nyheter.

Dette kan knyttes opp mot en felles tolkning i litteraturen som sier at falske nyheter har utviklet seg til å bli en global trussel, hovedsakelig mot vestlige samfunn (Baptista & Gradim, 2021, s. 426). Dersom mediene ikke kvalitetssikrer kildene sine, vil falske nyheter trolig bli mer utbredt. Selv om falske nyheter ikke har fått like stor oppmerksomhet i Norge, har vi

fremdeles eksempler på usanne nyheter som har blitt publisert og delt. Et nylig eksempel på dette er da de to nettstedene *Document.no* og *Resett* publiserte feilaktig informasjon i dagene etter slagsmålet i Haugerud i Oslo. Der hadde to menn i 40-årene hevdet å ha blitt overfalt og hardt skadet i slagsmålet. Politiet var sene med å gi ut informasjon om hendelsen, og da begynte spekulasjoner å dukke opp på disse nettsidene. Feilinformasjonen gjaldt antall påståtte gjerningspersoner, alder på gjerningspersonene og etnisiteten til de hardt skadde mennene. Det ble også hevdet i kommentarfeltene at gjerningsmennene var innvandrere og ofrene var hvite, og at det lå rasisme bak angrepet (Vivekananthan, 2020). I løpet av intervjuene våre nevnes også saken om kvinnen som gikk til flere medier og sa hun hadde blitt skutt på London Pub i Oslo i 2022. Som vi ser er ikke trusselen for falske nyheter like stor i Norge, men likevel er det viktig å være varsom og ikke minst kildekritisk.

Faktisk.no og andre faktasjekkingsider har vært et viktig verktøy for å avdekke falske nyheter både nasjonalt og internasjonalt. I mars 2023 kunne *Faktisk.no* avsløre at bilder av Donald Trump som blir arrestert som ble spredd på sosiale medier, var falske. Her hadde bildene blitt laget av kunstig intelligens (KI) og var totalt uekte (Molnes, 2023). Trolig vil vi bare se mer og mer av dette i tiden framover. Bare i 2023 har bruken av KI økt enormt, og nå kan hvem som helst lage fullstendig falsk informasjon som ser ekte ut. Det gjelder ikke bare tekst, men også bilder og videoer som i eksempelet med arrestasjonen av Trump over.

Selv om falske nyheter ikke er like utbredt i Norge som i USA, gjelder fortsatt definisjonene på eksemplene vi har sett av falske nyheter her i landet. De har også et mål om å villed og er som regel basert på fullstendig løgn.

6.2 Institusjonsteori

Som nevnt i institusjonsteorien er det uenigheter i forskningsfeltet på hvorvidt journalistikken holder seg stabil eller om den er i endring. Begge sidene er derfor relevante å få med seg i diskusjonen når en undersøker hvordan journalistikken utfordres av falske nyheter. Sjøvaag & Eide argumenterer for at institusjonen er i endring. De skriver at nyhetsmediene ikke er institusjoner bare fordi journalistiske praksiser vanligvis er akseptert til å tjene en legitim funksjon, men også fordi de har utviklet seg og holdt ut over tid (2016, s. 8). Hanitzsch & Vos påstår at institusjonen er stabil. Dette ved at modellen av de journalistiske rollene foreslår en

sirkulær struktur hvor normative, kognitive, praktiserende og fortellende roller er bundet sammen gjennom prosesser av internalisering, lovfesting, refleksjon, normalisering og forhandling (2017).

Gjennom egen forskning har vi kommet fram til at journalistikken er i konstant endring, og at den må tilpasse seg utviklingen i samfunnet. Det kan for eksempel vises til at nyhetsmediene har måttet bruke sosiale medier for å være der leserne er. Et annet eksempel er da avisene ble digitalisert, og måtte tilvenne seg å publisere sakene på nett fremfor at leserne kjøpte papirutgaven. Dermed kan det virke som at journalistikken som institusjon også er i endring, ettersom den må følge den journalistiske praksisen. Det kommer alltid til å være uenigheter i dette feltet, og en kan ikke si sikkert det ene eller andre. Likevel tror vi at journalistikken må tilpasse seg for å fortsatt være samfunnsaktuell. Dette har vi blant annet sett ved at faktasjekkingsverktøy har blitt synligere blant journalister i nyere tid. Disse verktøyene jobber for å forhindre spredningen av falske nyheter, og skaper et mer årvåkent samfunn.

6.3 Journalistikkens makt

Gjennom intervjuene ble det også kjent at journalistikken har en stor publiseringsmakt og en påvirkning på politisk og offentlig dagsorden. Dette ved dagsordenfunksjonen som nevnt tidligere. Alle informantene var enige i at journalistikken har makt. Dens evne til å sette temaer på dagsordenen ble brukt som et argument for å styrke denne påstanden. Selv om makten blant mediene fremdeles er stor i dag, ble sosiale medier trukket fram som en konkurrent til denne makten. Blant annet fordi det er mulig å få tak i nyheter her på samme måte som hos mediene.

Som nevnt i litteraturgjennomgangen har mediene stor makt i samfunnet. Selv om mange kobler journalistisk makt opp mot politikken, har vi sett flere forskere som poengterer at makten strekker seg utover dette. Journalistikken har stor makt i og med at de har en begrenset kapasitet til å formidle et fullstendig og komplisert bilde av virkeligheten. Derfor må mediene alltid velge hva de vil formidle og hvordan de skal presentere det (Jamtøy, 2011, s.72).

Når vi snakker om journalistisk makt er det derfor viktig at vi ikke bare knytter den opp mot politikken. Sakene journalistene velger å trekke frem i lyset er med på å forme

oppfatningen blant leserne, og de bør derfor tenke seg om to ganger før de publiserer. Mediene er også med på å sette offentlig dagsorden, og har dermed stor makt til å påvirke hva som blir snakket om daglig. Denne makten kan derimot bli svekket av falske nyheter. Dette ved at de villeder brukere på sosiale medier og setter dagsordenen basert på usann informasjon.

6.4 Journalistikkens praksis

I litteraturen kommer det fram at journalistikkens praksis er svært viktig for å opprettholde journalistikkens legitimitet og dens rolle som overvåker. Kjernen av journalistikkens rolle i samfunnet er å samle inn og kritisk vurdere informasjon før den publiseres for offentligheten som et bidrag til demokratiske prosesser (Barland, 2015, s. 10). Denne rollebeskrivelsen er også med på å forklare hvordan journalistikken praktiseres som institusjon. Brurås (2014) nevner at journalistene vil påvirke samfunnet med sakene de publiserer. Pressen har en informasjonsoppgave og et informasjonsansvar (s. 39). Praksisen i redaksjonene er viktig da dette er med på å bekrefte det institusjonelle nivået av journalistikken (Sjøvaag, 2020, s. 43).

De etablerte arbeidsmetodene norske medier opprettholder var noe av det informantene trakk fram for å styrke journalistisk praksis i Norge. Et av punktene som ble trukket fram her var hvor gode norske medier var på å være der leserne er. Sosiale medier er algoritmestyrte, og dersom en er uheldig kan en fort havne i et hav av nyheter fra upålitelige kilder. Det virker ikke til å være tilfellet i Norge, da mediene er gode på å hyppig publisere nyhetsartikler på sosiale medier, slik at brukerne får med seg ekte nyheter fra anerkjente kilder.

En god journalistisk praksis vil i bunn og grunn være å følge *Vær Varsom-plakaten* nøye. De aller fleste mediehusene i Norge følger denne, og dermed kan Norges befolkning føle seg trygge på at det de får servert er gode og sanne nyheter, som fremstilles nøytralt. Punkt 3.2 av *Vær Varsom-plakaten* oppfordrer journalister til å være kritiske i valg av kilder og at de skal kontrollere hvorvidt opplysningene som gis er korrekte. Til tross for at de falske nyhetssakene prøver å etterligne de estetiske trekkene og den journalistiske praksisen, har falske nyheter lite, om ingen tilknytning til god journalistisk praksis. De falske nyhetene bærer ofte preg av énkildesaker og er tydelig vinklet mot én side av saken. De inneholder også mye feil, og det er

tydelig mangel på faktasjekk. Ofte bærer sakene preg av kilder som er funnet opp, eller at sitatene som skrives ned aldri har blitt sagt av kilden.

6.5 Journalistikkens tillit

Flesteparten av befolkningen i Norge har tillit til mediene. Som vi så på medieundersøkelsen i litteraturgjennomgangen har 39 prosent stor tiltro, 50 prosent har noe tiltro, og elleve prosent har mindre eller ingen tiltro til mediene (Nordiske mediedager, 2022). Om nyhetsmediene mister tilliten til befolkningen, vil det kunne føre til store problemer. Vi har ikke dette problemet i Norge, men falske nyheter har likevel vist seg å være en trussel for denne tilliten. Falske nyheter kan nemlig undergrave journalistikkens legitimitet. Det spesielt i et samfunn der sosiale medier spiller en stor rolle hvor den faktiske kilden til informasjon ofte fjernes, eller i det minste oppfattes på avstand (Tandoc, Lim & Ling, 2017, s. 147).

Falske nyheter kan også svekke tilliten blant leserne gjennom manipulert informasjon. Akkurat det mener medieforsker og professor ved Høyskolen Kristiania, er en større trussel for det norske nyhetsbildet i dag. Derfor må norske journalister være varsomme på hvor de henter informasjon fra og heller ta én faktasjekk for mye enn for lite. Dette er nok et eksempel på at journalistikken endrer seg i takt med samfunnet. Etersom journalistene er nødt til å ta på seg rollen som filter eller faktasjekker, i tillegg til å være journalist.

I USA har befolkningen mindre tillit til journalistikken. Konsekvensene av dette kan føre til at befolkningen etter hvert slutter å lese nyheter, fordi de er lei av å få servert usann informasjon. Det kan også føre til store tillitsbrudd mellom media og brukere, ettersom folk ikke lenger stoler på det de leser. Det vil være en trussel for journalistikken i sin helhet og det viktige samfunnsoppdraget institusjonen har. Etter at falske nyheter ble satt på agendaen til de fleste amerikanere etter presidentvalget i 2016, har trolig flere blitt betydelig mer varsomme på hva de tar for god fisk i nyhetsbildet. Vi har også sett store splittelser blant amerikanere de siste årene. Demokratene og republikanerne har ikke en særlig god tone med hverandre, og det kan tenkes at falske nyheter kan være noe av forklaringen på dette. Gårdsvoll ville ikke spekulere i om falske nyheter er en av grunnene til at splittelsen har blitt så stor i USA. Når falske nyheter fikk sirkulere fritt i USA under presidentvalgene i 2016 og 2020 fikk befolkningen servert nyheter som ofte gikk negativt ut mot én politisk side. En falsk

nyhetshistorie som fikk mye oppmerksomhet i USA i 2016 var at *WikiLeaks* kunne avsløre at Hillary Clinton hadde solgt våpen til den ekstremistiske gruppen *IS*. Før valgdagen i 2016 hadde artikkelen fått nesten 800.000 visninger (Ritchie, 2016). Det er grunn til å tro at dette kan ha hatt en påvirkning på valget, som gikk negativt utover Clinton.

En ting som er sikkert, er at nyheter som dette skaper en større konflikt mot opposisjonen. De falske nyhetene sprer seg gjennom sosiale medier, og algoritmene i for eksempel *Facebook* gjør at en kan havne i en filterboble. Dersom en klikker seg inn på en falsk nyhetshistorie, er det sannsynlig at en vil få flere slike nyheter i feeden. Dette vil ikke bare føre til et større kunnskapshull blant befolkningen, men det vil også skape mindre tillit til mediene.

Implikasjonene vil være store, og vi kan allerede i dag se at folks tillit til mediene i USA er svekket. Det har ikke skjedd i Norge, men vi skal ikke sitte på gjerdet og tenke at det kommer til å gå greit. Her må mediene ta grep for å styrke tilliten, men også forebygge falske nyheter i det norske medielandskapet.

Teknologien endrer journalistikken og utfordrer institusjonens legitimitet da det hele tiden må tas stilling til nye måter å praktisere på, samt nye måter å fremstille falske nyheter. Den journalistiske praksisen er derimot med på å balansere institusjonens legitimitet, da dens funksjon for institusjonen er den mest synlige. Det er praksisen som kan markere grensene for hva god journalistikk faktisk er. Dette kan utføres gjennom faktasjekker og kildekritikk, altså en legitim praksis som styrker troverdigheten og rollen til institusjonen i samfunnet.

7.0 Konklusjon

Som nevnt innledningsvis skulle denne oppgaven prøve å gi svar på hva falske nyheter betyr for journalistikkens legitimitet. For å komme til bunns i dette var det en rekke definisjoner som måtte komme på plass, for eksempel hva som legges i begrepet journalistikkens legitimitet og hva falske nyheter er.

Gjennom litteraturgjennomgangen så vi at falske nyheter er usann informasjon som har et mål om å både villedde og skape økonomisk gevinst. Vi har sett at falske nyheter kan utforme seg på flere måter, både gjennom nyhetsartikler og sosiale medier, men også gjennom manipulering av tekst, bilder og video.

Det at journalistikken er legitim vil si at den er akseptert og at befolkningen stoler på det de leser. Dette innebærer at journalistene forvalter makten sin på en god måte, og at de praktiserer journalistikk på en måte som danner tillit. Journalistikken som institusjon utfordres av falske nyheter ved at de kan svekke denne tilliten til mediene. Likevel er ikke dette noe vi har sett mye til i Norge, ettersom tilliten til media er stor, og at falske nyheter ikke er like utbredt som i USA. Den journalistiske praksisen må være god for å forhindre falske nyheter i å spre seg. Uten en god praksis vil både tilliten og makten til journalistikken svekkes, og samfunnsoppdraget står derfor i fare.

I løpet av oppgaven gikk vi også inn på hva som er med på å definere og forme journalistikken som institusjon. Det er uenigheter i forskningsfeltet om denne institusjonen er stabil eller om den håndterer forandring. Noe som derimot er sikkert er at den journalistiske institusjonens primære effekt er å overvåke makten, forme meninger og kontrollere fordelingen av informasjon eller ulike ressurser i samfunnet.

Ekkokammer og filterbobler er en annen ting som ofte kobles opp mot spredningen av falske nyheter. Da vi undersøkte dette nærmere så vi derimot at det ikke er like stor sammenheng mellom spredningen av falske nyheter og disse fenomenene. Den vitenskapelige forståelsen er at de aller fleste av oss på ingen måte er fanget i hverken filterbobler eller ekkokamre.

Dermed har disse fenomenene ikke like stor påvirkningsgrad som først antatt.

For å få svar på spørsmålene vi stilte oss selv innledningsvis strukturerte vi oppgaven vår på den måten vi mener ville gi de beste svarene. Det var gjennom kvalitative intervjuer med

ekspertkilder som hadde ulike synspunkt og erfaringer som var relevante for oppgaven vår. Vi gjennomførte også en tematisk analyse av funnene for å kategorisere dem på en ryddig måte.

Gjennom intervjuene kom det til syne at falske nyheter er noe som må tas på alvor, selv om vi ikke ser så mye av det i Norge som i andre land. Vi kan se på USA, der samfunnet virkelig har kjent på hvor skadelig falske nyheter kan være. Tilliten til mediene er svekket, og makten er ikke lenger like stor. I intervjuene kom det fram at norske mediehus må være årvåkne og ha en god redaksjonell praksis for å forhindre spredningen av falske nyheter og ikke minst ha kunnskap om hva som er ekte og hva som er usant.

Falske nyheter truer journalistikken som institusjon. Kampen mot falske nyheter har aldri vært hardere. Mediene må klare å holde på tilliten til leserne og fortsette å praktisere journalistikken varsomt. Da vil journalistikkens legitimitet opprettholdes, og samfunnsoppdraget vil stå fast i kommende generasjoner.

8.0 Referanseliste

Aldridge, M., & Evetts, J. (2003). Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. *The British journal of sociology*, 54(4): 547–564.

<https://doi.org/10.1080/0007131032000143582>

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of economic perspectives*, 31(2): 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>

Alme, V. (2019). Falske nyheter som sjanger. *Forsvarets forskningsinstitutt (FFI)*. Hentet 6. april 2023 fra

<https://www.ffi.no/publikasjoner/arkiv/falske-nyheter-som-sjanger>

Arendt, H. (1968). *Imperialism: Part two of the origins of totalitarianism*. Houghton Mifflin Harcourt.

Arguedas, A. R., Robertson, C. T., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review. *Reuters Institute*. Hentet 04. april 2023 fra <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/echo-chambers-filter-bubbles-and-polarisation-literature-review>

Baptista, J. P. & Gradim, A. (2021). “Brave New World” of Fake News: How It Works, *Javnost - The Public*, 28(4): 426-443. <https://doi.org/10.1080/13183222.2021.1861409>

Barber, B. (1984). *Strong democracy: Participatory politics for a New Age*. University of California Press.

Barland, J. (2015). Journalistikk møter innholdsmarkedsføring: Nye penger - nye utfordringer. *Norsk Journalistlag*. Hentet 05. mai 2023 fra

https://www.medienorge.uib.no/files/Eksterne_pub/Barland-Journalistikk-moter-innholdsmarkedsforing.pdf

Barland, J., Bang, T., Krokan, A. & Viken, M. (2016). *Innholdsmarkedsføring*. Cappelen Damm Akademisk.

Beetham, D. (1998). Legitimacy. In *The Routledge Encyclopedia of Philosophy*. *Taylor and Francis*. Hentet 23. mars 2023 fra

<https://www.rep.routledge.com/articles/thematic/legitimacy/v-1>.
doi:10.4324/9780415249126-S034-1

Braun, V., & Clarke V. (2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2): 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>

Brurås, S. (2014). *Etikk for journalister*. (5. utg.). Fagbokforlaget.

Bryman, A. (2016). *Social Research Methods* (5.utg.). Oxford university press.

Druckman, J. N., Levendusky, M. S., & McLain, A. (2018). No need to watch: How the effects of partisan media can spread via interpersonal discussions. *American Journal of Political Science*, 62(1): 99–112. <https://doi.org/10.1111/ajps.12325>

Eide, M. (2001). *Til dagsorden! Journalistikk, makt og demokrati*. Gyldendal Akademisk.

Eide, M., Sjøvaag, H., & Larsen, L. O (2016). *Journalism Re-examined: Digital Challenges and Professional Orientations (Lessons from Northern Europe)*. Intellect Books.

Fredriksen, J. (2012). Kommunikasjon og mediehåndtering i politiske partier. *Universitetet i Oslo*. Hentet 19. april 2023 fra <https://www.duo.uio.no/bitstream/handle/10852/13443/OPPGAVENferdig.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Garrett, R. K., Gvirsman, S. D., Johnson, B. K., Tsfati, Y., Neo, R., & Dal, A. (2014). Implications of pro- and counterattitudinal information exposure for affective polarization. *Human Communication Research*, 40(3): 309–332. <https://doi.org/10.1111/hcre.12028>

Haim, M., Graefe, A., & Brosius, H. B. (2018). Burst of the filter bubble? Effects of personalization on the diversity of Google News. *Digital journalism*, 6(3): 330-343. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1338145>

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2): 146-164. <https://doi.org/10.1177/14648849166673>

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication theory*, 27(2): 115-135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>

Ihlebak, K.A. & Figenschou, T. U. (2022). Innenfor eller utenfor? Høyrevridde alternative medier og forhandling om grenser i den journalistiske institusjonen. *Universitetsforlaget*. 63(4): 241-259. <https://doi.org/10.18261/tfs.63.4.1>

Jamtøy, A. I. (2011). Informere eller underholde? - Politisk journalistikk i norsk valgkamp. *Universitetsforlaget*, 52(1): 67-97

<https://doi.org/10.18261/ISSN1504-291X-2011-01-03>

Jensen, B., L. (2011). *Indføring i tekstanalyse* (2. utg.). Roskilde Universitetsforlag.

Kalsnes, B. (2019). *Falske nyheter. Løgn, desinformasjon og propaganda i den digitale offentligheten*. Cappelen Damm Akademisk.

Kjendsli, V. (2012). *Rett på sak! Lærebok i praktisk journalistikk*. IJ-forlaget.

Knobloch-Westerwick, S., & Meng, J. (2011). Reinforcement of the political self through selective exposure to political messages. *Journal of Communication*, 61(2): 349–368.

<https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01543.x>

Larsen, H., Solheim, P. A. (2020) *Den digitale offentligheten i kultur- og bibliotekpolitikken*. Hentet 23. mars fra <https://www.duo.uio.no/handle/10852/81682>

Levendusky, M. S. (2013). Why do partisan media polarize viewers? *American Journal of Political Science*, 57(3): 611–623. <https://doi.org/10.1111/ajps.12008>

Magin, M. (2021). Fanges vi av filterbobler og ekkokamre? *Den digitale hverdagen*, 199-210. Hentet 27. april 2023 fra <https://www.ntva.no/wp-content/uploads/sites/2/2021/10/Kapittel-18-Web-versjon.pdf>

Martel, C., Pennycook, G. & Rand, D.G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cogn. Research*. 5(1): 47 <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. Los Angeles, Sage.

Medietilsynet (2022). Falske nyheter - kritisk medieforståelse. *Medietilsynet*.

Hentet 6. mars 2023 fra

https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/undervisningsopplegg/falske_nyheter_kildekritikk_revidert_juni_2022.pdf

Moe, H., Fladmoe, A., Thorbjørnsrud, K., & Finstad, U. (2022). 6. Tillit til mediene. Falske nyheter og partiske journalister? *Universitetsforlaget*. 113-133. Hentet 24. april 2023 fra <https://www.idunn.no/doi/10.18261/9788215051017-2022-06>

Molnes, G. (2023). Falske bilder av Trump-arrestasjonen sprer seg på Twitter. *TV2 Nyheter*. Hentet 24. april 2023 fra <https://www.tv2.no/nyheter/utenriks/falske-bilder-av-trump-arrestasjon-sprer-seg-pa-twitter/15609408/>

Morlandstø, L. (2003). I konflikt med oppdraget? Et kritisk blikk på kritisk journalistikk. *Universitetsforlaget*. 33-53. Hentet 24. april 2023 fra <https://www.idunn.no/doi/10.18261/ISSN0805-9535-2003-01-03>

Möller, J. (2021). Filter bubbles and digital echo chambers. In H. Tumber, & S. Waisbord (Eds.), *The routledge companion to media disinformation and populism* (92-100).

Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003004431-10>

Mourão, R.R., & Robertson, C. T. (2019). Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information. *Journalism Studies*, 20(1): 1-19. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1566871>

Mutz, D. C. (2002). Cross-cutting social networks: Testing democratic theory in practice. *American Political Science Review*, 96(1): 111–126. <https://doi.org/10.1017/S0003055402004264>

Nelson, R. (2015). The war on partisanship: How fighting polarization became its own cause. *National Journal*. Hentet 27. april 2023 fra <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2015/10/the-war-on-partisanship/451461/>

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., Levy, D.A.L. & Nielsen, R. K. (2017). Reuters Institute digital news report 2017. *Reuters Institute for the study of Journalism*. Hentet 24. april 2023 fra <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/digital-news-report-2017>

Nordiske mediedager. (2022). *Medieundersøkelsen 2022*. Hentet 23. mars 2023 fra https://kyber.blob.core.windows.net/nmd/3751/rapport_nordiskemediedager_220408_kk-21.pdf

Nygård, A. C. F. (2021). Falske nyheter: Nye utfordringer for nyhetsprodusenter og -konsumenter i det norske medielandskapet. *NTNU*. Hentet 08. februar fra <https://ntnuopen.ntnu.no/ntnu-xmlui/handle/11250/2776669>

Overrein, P. (2005). Avviklingen av partipressen: en studie av avisen Østlendingen og norske partiavis-historier 1970 – 2004. *NTNU*. Hentet 19. april fra <https://core.ac.uk/download/pdf/30923363.pdf>

Page, B. I., et al. (1996). *Who deliberates? Mass media in modern democracy*. University of Chicago Press.

Pennycook, G., Cannon, T. D., & Rand, D. G. (2018). Prior exposure increases perceived accuracy of fake news. *Journal of experimental psychology. General*, 147(12): 1865–1880. <https://doi.org/10.1037/xge0000465>

Polletta, F., & Callahan, J. (2017). Deep Stories, Nostalgia Narratives, and Fake News: Storytelling in the Trump Era. *American Journal of Cultural Sociology*, 5(3): 392–408. <https://doi.org/10.1057/s41290-017-0037-7>

Pressens faglige utvalg. (2021). Vær Varsom-plakaten. Hentet 20. mars 2023 fra <https://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>

Reese, S. D. (2022). The institution of journalism: conceptualizing the press in a hybrid media system. *Digital Journalism*, 10(2): 253-266. <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1977669>

Kunnskapsdepartementet. (2022). *Etikk i forskningen*. Hentet 23. mars 2023 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/forskning/innsiktsartikler/etikk-i-forskningen/id2000710/>

Ritchie, H. (2016). Read all about it: The biggest fake news stories of 2016. *CNBC*. Hentet 25. april 2023 fra <https://www.cNBC.com/2016/12/30/read-all-about-it-the-biggest-fake-news-stories-of-2016.html>

Røsvik, E. & Sorbø, K. (2020). *Vil fjerne kontroversiell Facebook-side: – En kreftbyll*. VG. Hentet 16. mars 2023 fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/jdoWlz/vil-fjerne-kontroversiell-facebook-side-en-kreftbyll?fbclid=IwAR3oPt71dSTBQwjobsApJvR3svieFsFgaOWVSmralkuhwz8AMTr9r19h0s>

Shapiro, I. (2010). Evaluating Journalism. *Journalism Practice*, 4(2): 143–162. <https://doi.org/10.1080/17512780903306571>

Sjøvaag, H. (2018). Journalistikkens attraksjon til makten: Politisk kildemangfold i norske nyhetsmedier. *Universitetsforlaget*, 25(2): 1-18 <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2018-02-02>

Sjøvaag, H. (2020). *Journalistikkens problem: Demokrati, økonomi og teknologi*. Universitetsforlaget.

Skjeie, H. (2001). "Det kritiske kjendiseri." *Nytt Norsk Tidsskrift*, 18(3): 229-245

Slaatta, T. (2005). Blink eller bom? Makt- og demokratiutredningen om mediernes makt. *Norsk medietidsskrift*, 12(1): 22-39 <https://doi.org/10.18261/ISSN0805-9535-2005-01-03>

Skogerbø, E. & Simonsen, C. (2021). Medievalgkampen 2017: Mediedekningen av partier, politikere og saker. *Norsk medietidsskrift*, 28(3): 01–18 <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2021-03-02>

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining "Fake News" *Digital Journalism*, 6(2): 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Thorson, K. (2020). Attracting the news: Algorithms, platforms, and reframing incidental exposure. *Journalism*, 21(8): 1067-1082. <https://doi.org/10.1177/1464884920915352>

Tuchman, G. (1978). Professionalism as an agent of legitimation. *Journal of Communication*, 28(2): 106–113. <https://doi.org/10.1177/194016120832326>

Universitetet i Bergen (u.å.). Nyhetsbruk. *Universitetet i Bergen*. Hentet 24. april 2023 fra <https://nyhetsbruk.w.uib.no/>

Van Dijck, J., & Poell, T. (2013). Understanding social media logic. *Media and communication*, 1(1): 2-14. <https://doi.org/10.17645/mac.v1i1.70>

Vivekananthan, M. (2020). *VG: Document og Resett spredte falske nyheter*. Utrop. Hentet 20. april 2023 fra <https://www.utrop.no/nyheter/nytt/203065/>

Wojcieszak, M., Winter, S., & Xudong, Y. (2020). Social norms and selectivity: Effects of norms of open-mindedness on content selection and affective polarization. *Mass Communication and Society*, 23(4): 455–483. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1714663>

Wojcieszak, M., & Warner, B. R. (2020). Can interparty contact reduce affective polarization? A systematic test of different forms of intergroup contact. *Political Communication*, 27(6): 1–23. <https://doi.org/10.1080/10584609.2020.1760406>

Zelizer, B. (2005). Definitions of journalism. *The press*. 66-80. Hentet 27. april 2023 fra https://repository.upenn.edu/asc_papers/671/

Zimmer, F., Scheibe, K., Stock, M., & Stock, W. G. (2019). Fake News in Social Media: Bad Algorithms or Biased Users? *Journal of Information Science Theory and Practice*, 7(2): 40-53. <https://doi.org/10.1633/JISTaP.2019.7.2.4>

Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., Larsen, L. O. & Moe, H. (2013). *Metodebok for mediefag*. (4. utg.). Fagbokforlaget.

9.0 Vedlegg

Vedlegg 1 (Intervjuguide):

Sigrid Rege Gårdsvoll

Makt:

- Hvilken makt har nyhetsmediene hatt under presidentvalgene i 2016 og 2020?
- Hvilken påvirkning hadde journalistikken på presidentvalgene?
- Førte mediedekningen til splittelser blant befolkningen under presidentvalgene? På hvilken måte?

Praksis:

- Hvilken rolle spilte fake news i valgene?
- Hvordan reagerte de etablerte nyhetsmediene på fake news under valgene? Hva med faktasjekk?

Tillit:

- Stoler befolkningen på journalistikken i USA? Hvorfor/hvorfor ikke?
- Har tilliten blitt større eller mindre til media i USA de siste årene?

Bente Kalsnes

Makt:

- Hvilken makt har journalistikken i dagens samfunn?
- Hvordan kan journalistikken misbruke sin makt?
- Hvordan kan andre misbruke journalistikkens makt?
- I hvilken grad kan journalistikken påvirke politisk og offentlig dagsorden?

Praksis:

- Hvordan burde journalistikken forholde seg til falske nyheter?
- Hvordan kan journalistikken markere forskjellen på ekte og falske nyheter?
- Hvordan kan falske nyheter skade norsk politisk offentlighet?
- Kan det påvirke norske valg?

Tillit:

- Hva må nyhetsmediene gjøre for å danne tillit hos leserne?
- Hvordan kan journalistikken forhindre falske nyheter?
- Er tilliten til norske mediehus svekket i dag?

Lars Helle

Makt:

- Hvordan påvirker journalistikken politikken i dag?
- Hvordan påvirker falske nyheter den politiske dekingen i Norge?
- Hva har norske redaksjoner og redaktører gjort for å møte trusler fra desinformasjon og falske nyheter?

Praksis:

- Hvordan stilte du/redaksjonen din seg til falske nyheter?
- Hvordan kan falske nyheter skade det norske medielandskapet, har du eksempler?
- Hva er redaktørens rolle når det gjelder å opprettholde journalistikkens legitimitet?

Tillit:

- Hva kan journalistikken gjøre for å danne tillit hos leserne?
- Hvordan kan redaksjonene/redaktørene forhindre falske nyheter?
- Er tilliten til norske redaksjoner svekket i dag på grunn av falske nyheter?