

Undersøkelse om kritisk medieforståelse i den norske befolkningen

Delrapport 1: Falske nyheter og desinformasjon





Forord

Ett av Medietilsynets viktigste ansvarsområder er å bidra til **kritisk medieforståelse** i befolkningen. Kritisk medieforståelse er den kompetansen vi som mediebrukere trenger for å kunne navigere både aktivt og trygt i et stadig mer komplekst medielandskap.

En viktig del av Medietilsynets ansvar er å framskaffe fakta og innsikt i hvordan det faktisk står til. I 2019 gjennomførte vi derfor den aller første undersøkelsen om kritisk medieforståelse i befolkningen. Områder som ble kartlagt var blant annet falske nyheter, kunnskap om medienes kommersielle sider, personvern, tillit til mediene, og kildeforståelse. Medietilsynet ønsker å følge utviklingen på disse og nye områder, og har derfor nå gjennomført en ny undersøkelse. I dette arbeidet har vi fått bistand fra Kantar og professor Tore Slaatta i TSL Analytics og professor Ola Erstad ved Universitetet i Oslo.

Resultatene fra årets undersøkelse blir presentert gjennom flere tematiske delrapporter. I løpet av våren 2021 vil vi publisere rapporter om blant annet debatt og ytringer, kildekritikk og markedsføring. Denne første delrapporten handler om befolkningens erfaring med og kompetanse på falske nyheter og desinformasjon. Hvor vanlig er det å se falske nyheter? Hvilke metoder bruker folk for å avsløre usanne nyheter? Hvilke aldersgrupper har mest erfaring med desinformasjon? Hvilke grupper har lavest kompetanse for å kunne oppdage det? Dette er spørsmål Medietilsynet belyser i rapporten om falske nyheter og desinformasjon. Vi har også sett spesielt på situasjonen under koronapandemien.

De siste årene har falske nyheter og desinformasjon i digitale medier økt betydelig i omfang. Den teknologiske utviklingen gjør at det stadig blir enklere å spre informasjon, og vanskeligere å avsløre når den ikke er sann. Vi ser desinformasjon i form av faktafeil, ryktespredning, svindel og politisk motivert påvirkning. Formidlingsformene er ofte smarte.

Konsekvensene av spredningen av falske nyheter kan være alvorlige. Desinformasjon kan svekke tilliten i samfunnet, folk kan bli utnyttet og lurt, og kan komme til å ta valg på feil grunnlag. Derfor er kunnskap viktig, både om falske nyheter og desinformasjon som sådan, og om hvordan folk er skodd for å kunne håndtere disse utfordringene. Dette er viktig for å kunne målrette tiltak som kan motvirke de negative effektene av falske nyheter og desinformasjon. Medietilsynet vil bruke resultatene fra undersøkelsen i arbeidet med å styrke den kritiske medieforståelsen i befolkningen, gjerne i samarbeid med andre aktører som er opptatt av det samme. Vi håper også at innsikten fra undersøkelsen bidrar til økt bevissthet om verdien av kritisk medieforståelse.

Fredrikstad, 18. februar 2021

Mari Velsand

direktør i Medietilsynet



Innhold

Forord	2
Innhold.....	3
Sammendrag	4
Resultater	5
Erfaring med desinformasjon og falske nyheter	5
Kompetanse om desinformasjon og falske nyheter.....	6
Hvilke metoder brukes for å avsløre falske nyheter?	8
Test: Fikk du mistanke om at denne nyheten var falsk?.....	9
Hvordan oppdaget respondentene at nyhetssaken var usann/falsk?	10
Designen eller formen	10
Språket eller ordbruken.....	11
Konteksten.....	12
Innholdsrelaterte begrunnelser.....	13
Har du sett en falsk nyhet om korona?	15
Hvor kom respondentene over falske nyheter om korona?	16
Om undersøkelsen.....	17



Sammendrag

- 44 prosent rapporterer at de har fått «tilsendt eller kommet over falske eller usanne nyheter» på nettet i løpet av de siste 12 månedene. 68 prosent har opplevd «å komme over informasjon de var i tvil om var sann».
- En lavere andel eldre har sett falske nyheter sammenlignet med resten av befolkningen. Mens rundt halvparten av befolkningen under 59 år (16–59 år) svarer at de har sett en falsk nyhet, sier 30 prosent av de eldre (60–79 år) det samme.
- Over halvparten av befolkningen (51 prosent) har kommet over falske nyheter om koronapandemien. Én av tre har sett falske nyheter om korona på Facebook. Facebook og ikke-redaksjonelle nettsteder er de desidert vanligste kildene for falske nyheter.
- De eldste (60 år+) og de yngste (16–24 år) synes det er vanskeligere å håndtere desinformasjon og falske nyheter enn resten av befolkningen.
- Den vanligste metoden for å undersøke om en nyhet er falsk, er å sjekke andre kilder man stoler på. Halvparten av befolkningen rapporterer at de gjør dette. Videre gjør en høy andel «nettsøk for å sjekke om det er sant» (39 prosent) og 35 prosent «sjekker adressen til nettstedet». 18 prosent svarte at «de gjorde ingenting».
- Faktasjekk-metoden «å sjekke adressen til nettstedet» er vanligere i år enn i 2019, ifølge undersøkelsene. 35 prosent av befolkningen svarte at de hadde «sjekket adressen til nettstedet» i 2021, mot 26 prosent i 2019.
- I undersøkelsen fikk respondentene også en test der de ble eksponert for en falsk nyhetssak fra Twitter. Åtte av ti klarte å avsløre at dette var en falsk nyhet.
- Respondentene som klarte å svare riktig på testen, fikk spørsmål om hvordan de oppdaget at nyhetssaken var falsk. «Designen eller formen», «Språket eller ordbruken», «Konteksten» og «Innholdsrelaterte begrunnelser» var de fire vanligste begrunnelsene for hvordan de oppdaget at nyhetssaken de ble eksponert for i testen var falsk.



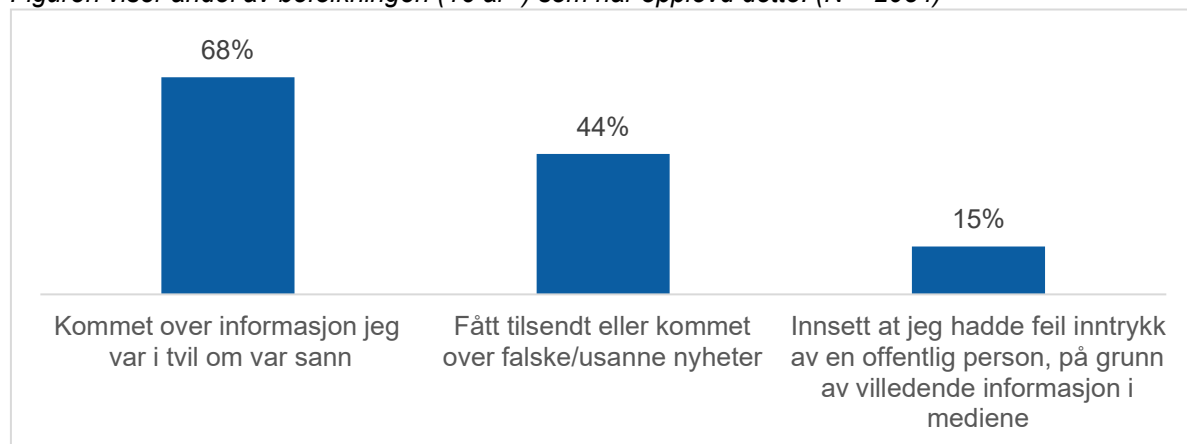
Resultater

I denne delen formidles resultater fra spørsmålene i undersøkelsen om befolkningens erfaring med og kompetanse om desinformasjon og falske nyheter. I tillegg presenteres resultater fra spørsmål om hvor vanlig det er å se desinformasjon og falske nyheter om korona, og hvor mange som har kommet over dette.

Erfaring med desinformasjon og falske nyheter

Respondentene ble spurt om de har opplevd ulike utfordringer knyttet til desinformasjon og falske nyheter på nettet – se figur 1.

Figur 1: Hvilke av følgende hendelser har du opplevd på internett de siste 12 månedene?
Figuren viser andel av befolkningen (16 år+) som har opplevd dette. (N = 2084)



Nesten sju av ti har opplevd å komme over informasjon de var i tvil om var sann. Fire av ti har fått tilsendt eller kommet over falske/usanne nyheter. Andelen som har opplevd å komme over falske/usanne nyheter, er omtrent den samme som i undersøkelsen fra 2019¹. 47 prosent svarte at de hadde kommet over falske/usanne nyheter i 2019, mot 44 prosent i 2021.

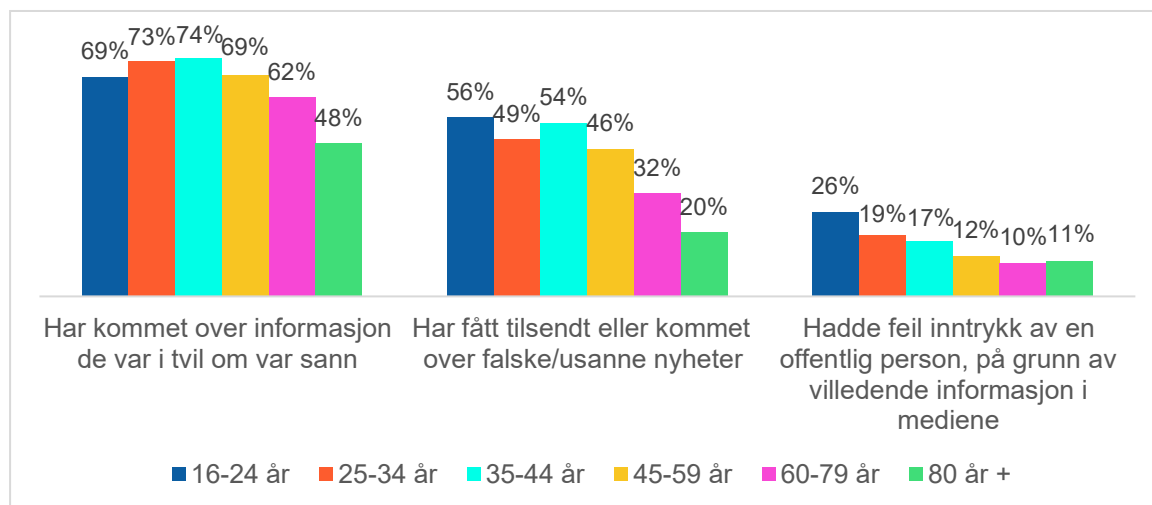
I året undersøkelse ble respondentene også spurt om de hadde kommet over villedende informasjon som har gjort at de har fått et feil inntrykk av en offentlig person. 15 prosent svarte at dette har skjedd.

Alder spiller inn når det gjelder hvilke grupper i befolkningen som i høyest grad eksponeres for falske nyheter. De *under 45 år* har en høyere erfaring med falske nyheter enn eldre grupper. Likevel har nesten en tredel i gruppen 60–79 år fått tilsendt eller kommet over falske nyheter, se figur 2.

¹ Medietilsynets undersøkelse om kritisk medieforståelse i den norske befolkningen fra 2019: https://www.medietilsynet.no/globalassets/dokumenter/rapporter/kritisk-medieforstaelse-undersokelser-2019-2020/200326-kritisk-medieforstaelse-samlerapport-oppdatt-sidetall-27_mars.pdf



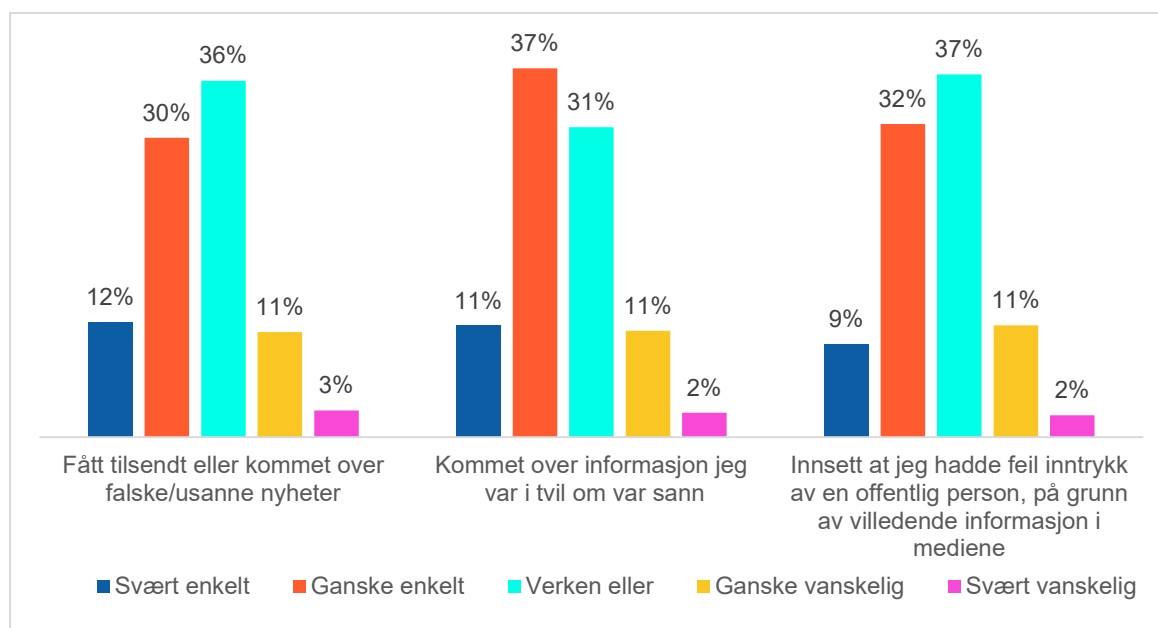
Figur 2: Hvilke av følgende hendelser har du opplevd på internett de siste 12 månedene?
Figuren viser andelen som har opplevd dette, i ulike aldersgrupper. (N = 2084)



Kompetanse om desinformasjon og falske nyheter

Respondentene er også spurt om i hvilken grad de synes det er enkelt å avsløre ulike former for desinformasjon.

Figur 3: Hvor enkelt eller vanskelig vil det være for deg å håndtere om følgende skjer på nett?
Figuren viser andel av befolkningen (16 år+) som vurderer håndteringen som «enkel» vs. «vanskelig». (N = 2084)



Rundt halvparten mener det er «svært enkelt» eller «ganske enkelt» å håndtere digital informasjon som de er usikre på om er sann. Fire av ti mener at de er kompetente til å håndtere det om de blir lurt av falske nyheter.

Under 15 prosent av befolkningen mener det er «ganske vanskelig» eller «svært vanskelig» å håndtere desinformasjon eller falske nyheter. Det er et relativt lavt tall,

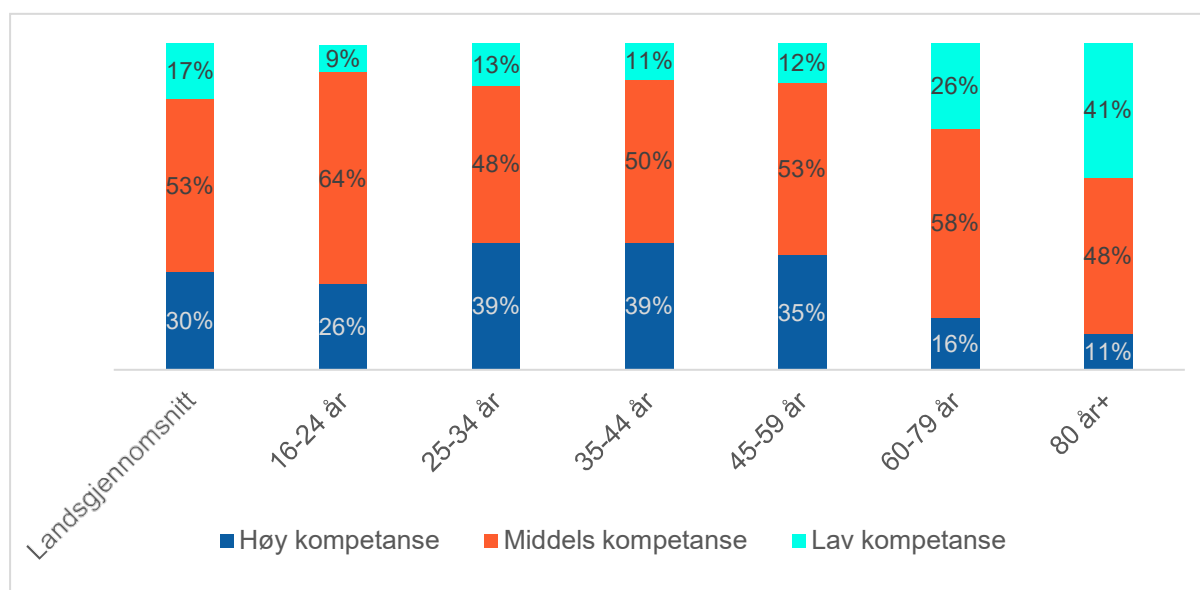


men likevel viktig å analysere nærmere. Hvilke grupper synes det er vanskelig å håndtere dette?

For å se nærmere på spørsmålet, er det tatt utgangspunkt i to ytterpunktgrupper: de med «høy kompetanse» og de med «lav kompetanse». De «høykompetente» har svart «svært enkelt» eller «ganske enkelt» på alle tre spørsmålene om hvor enkelt det vil være for dem å håndtere de tre ulike formene for desinformasjon og falske nyheter de har fått spørsmål om – se spørsmålene i figur 2. De «lavkompetente» har gjennomgående svart «ganske vanskelig» eller «svært vanskelig» på disse spørsmålene.

De eldste (60–80+) og de yngste (16–24 år) synes det er vanskeligere å håndtere desinformasjon og falske nyheter enn resten av befolkningen. Mens nærmere fire av ti i voksegruppen (25–59 år) vurderer seg som høykompetente, oppgir en firedel blant de yngste som oppgir det samme. Blant de eldste (80 år+) er det bare i overkant av én av ti som mener de har høy kompetanse.

Figur 4: Andel høy, middels og lav kompetanse på desinformasjon, basert på de tre spørsmålene om desinformasjon i figur 1, brutt ned på alder (N = 2084)



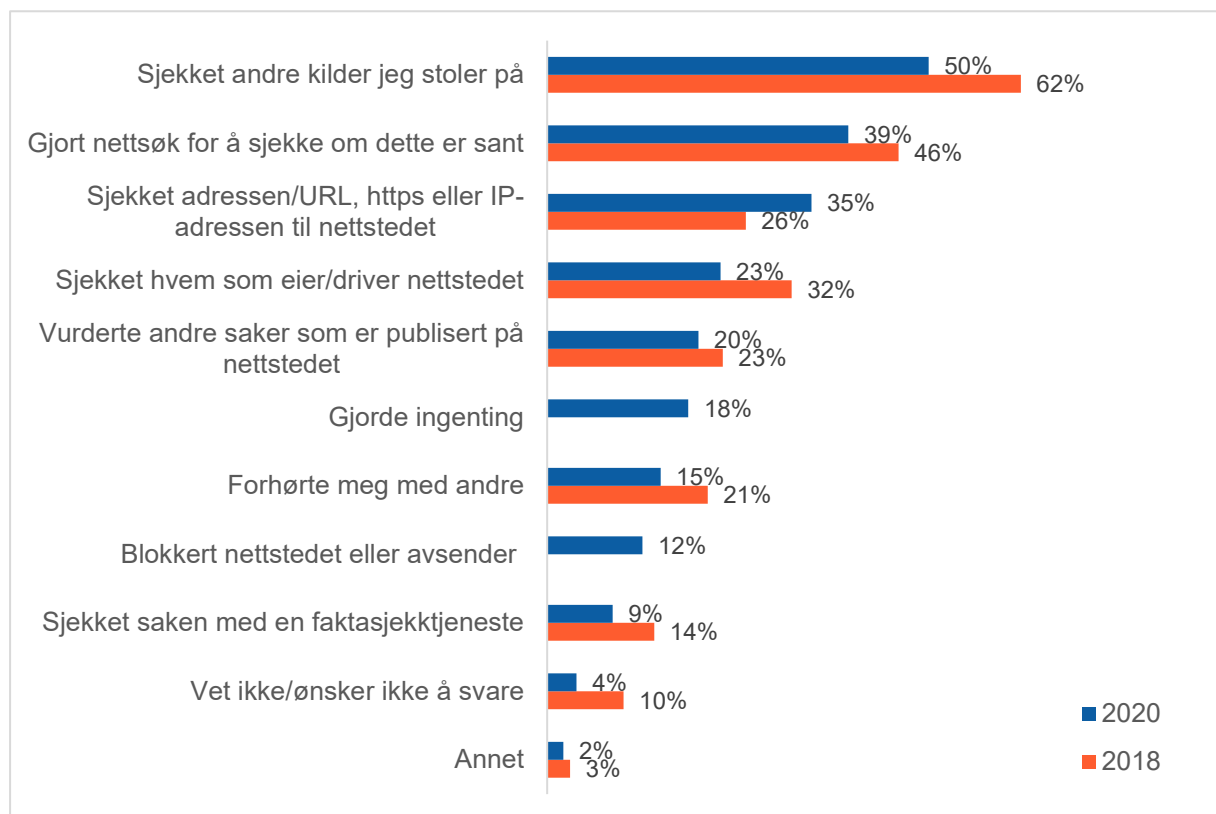
I spørsmålene det er referert til så langt, har respondentene gjort egne subjektive vurderinger av egen kompetanse. For å supplere med andre typer vurdering av kompetanse, er det også gjennomført to andre målinger: Det er undersøkt hvilke metoder respondentene tar i bruk for å håndtere desinformasjon, og respondentene er eksponert for en falsk nyhet gjennom en test.



Hvilke metoder brukes for å avsløre falske nyheter?

Respondentene ble spurt om hva de gjør når de kommer over en nyhet de mistenker er falsk. I figur 5 er resultatene fra årets undersøkelse sammenlignet med tilsvarende spørsmål i 2019.

Figur 5: Tenk på sist gang du kom over en nyhet du mistenkte var usann/falsk. Gjorde du noe av følgende? Figuren viser andel av befolkningen (16 år+) som bruker ulike metoder for faktasjekk. (N = 2084)



Den vanligste metoden å bruke for å undersøke om en nyhet er falsk, er å sjekke nyheten mot andre kilder man stoler på. Halvparten rapporterer at de gjør dette. Det er også en høy andel som gjør nettsøk for å sjekke om saken er sann (39 prosent), og som sjekker adressen til nettstedet (35 prosent). Dette er teknikker som krever en form for digital kompetanse. Det er mindre vanlig å forhøre seg med andre. Bare 15 prosent svarer at de gjorde dette forrige gang de var i tvil om en sak var sann. Denne metoden er mest vanlig i gruppen over 60 år.

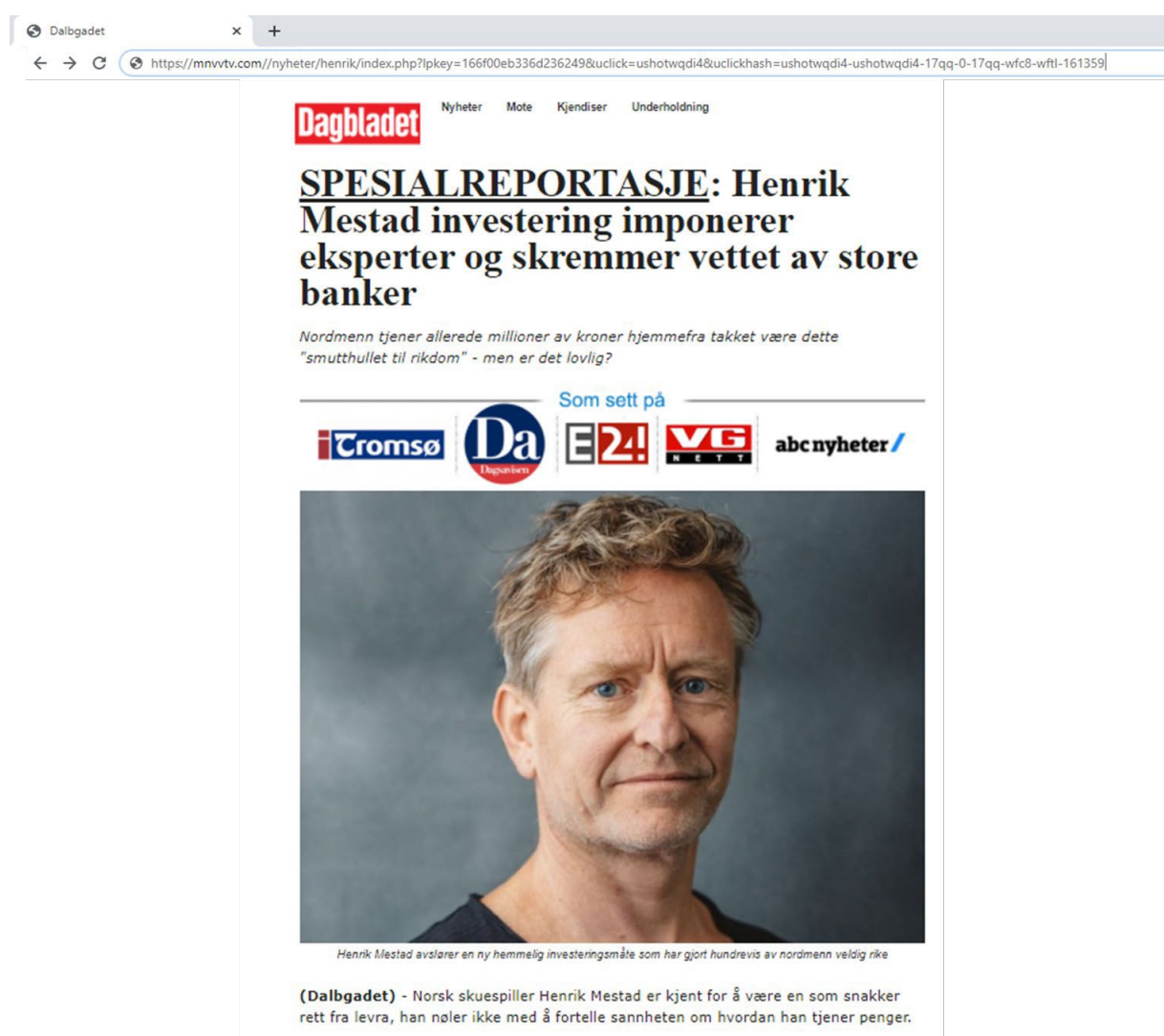
Når resultatene fra årets undersøkelse sammenlignes med undersøkelsen fra 2019, er det gjennomgående en lavere andel som oppgir at de bruker de ulike metodene for å avdekke usanne/falske nyheter. Metoden «å sjekke adressen til nettstedet» er det imidlertid flere som benytter seg av i år enn i 2019. 35 prosent «sjekket adressen til nettstedet» i 2021, mot 26 prosent i 2019.



Test: Fikk du mistanke om at denne nyheten var falsk?

I undersøkelsen ble respondentene eksponert for en falsk nyhetssak fra Twitter² – se saken i figur 6. Respondentene ble bedt om å ta stilling til om de fikk mistanke om at denne nyhetssaken var falsk/usann. Den falske saken handlet om en norsk kjent skuespillers suksess med å investere i bitcoins. Ved første øyekast kan det virke som en sak fra Dagbladet.no. Selv om saken er fiktiv, virker konteksten forholdsvis seriøs. Den har nyhetslignende språk og inneholder mange av de vanlige kjennetegnene vi finner i en ordinær nyhetsartikkel fra et redaktørstyrt medium. Likevel er det flere trekk ved utformingen som skiller seg fra en vanlig Dagbladet-sak: I adresselinjen øverst på nettleseren ser man at Dagbladet ikke er avsender. Ingen journalister er kreditert, og skrifttypen er noe annerledes enn den Dagbladet bruker. I tillegg har fanen på nettleseren «Dalbgadet» som kilde.

Figur 6: Respondentene i undersøkelsen ble eksponert for denne falske nyhetssaken fra Twitter og ble bedt om å vurdere om de mistenkte at nyhetssaken var falsk/usann.



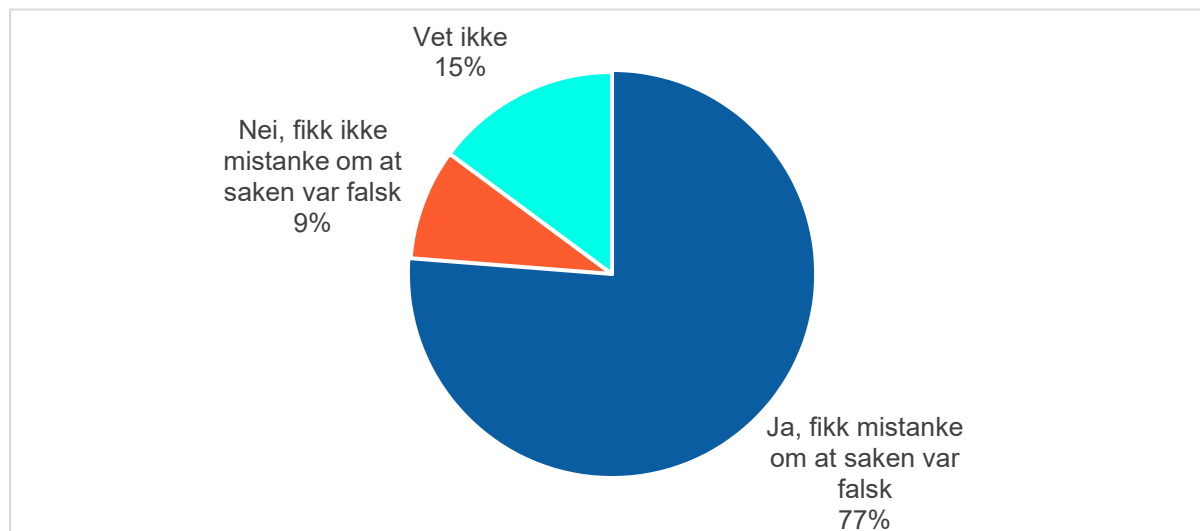
² Saken ble funnet på Twitter i oktober 2020. Saken er én av flere bitcoin-saker hvor norske kjendiser trekkes inn, uten at de har gitt tillatelse til dette. Både Petter Stordalen og Olav Thon er misbrukt i falske artikler om bitcoin på samme måte, se eksempel her: <https://www.faktisk.no/faktasjekker/w7P/nei-petter-stordalen-har-ikke-blitt-rik-pa-bitcoin-billionaire>.



Åtte av ti avslørte at saken var en falsk nyhet. Rundt én av ti svarte at de «ikke fikk mistanke om at saken var falsk», og 15 prosent svarte «vet ikke / usikker».

Figur 7: Fikk du mistanke om at nyhetssaken du leste, var falsk/usann?

Figuren viser andel av befolkningen som avslører den falske nyheten. (N = 2084)



Hvordan oppdaget respondentene at nyhetssaken var usann/falsk?

Respondentene som klarte å avsløre nyheten som falsk, fikk følgende åpne oppfølgingsspørsmål: «Hvordan oppdaget du at nyhetssaken var usann/falsk?». I de åpne kvalitative svarene gis det hovedsakelig fire ulike typer begrunnelser for hvordan respondentene oppdaget at nyhetssaken var falsk: «Designen eller formen», «Språket eller ordbruken», «Konteksten» og «Innholdsrelaterte begrunnelser». Under forklares og eksemplifiseres de fire ulike begrunnelsene³.

Designen eller formen

19 prosent av de som avslørte saken som falsk, trekker fram karakteristikker ved designen eller formen på nyhetssaken i begrunnelsen. Begrunnelser knyttet til trekk som URL eller nettside, design på siden, skrifttype, bilde, oppsettet, ingen kreditering, lay-out/utseende eller lignende ble registrert i denne kategorien. Her følger to eksempler på svar knyttet til design eller form:

³ 1465 åpne svar er kodet på en rekke kategorier i analysen. I denne rapporten er det redegjort for fire kategorier.

«Rar formatering. Formulert sensasjonalistisk. Rar URL og lay-out.»

Mann, 27 år

«Url-koden var ikke sikker og sa ikke dagbladet. Rar informasjon i saken. "Dagbladet" og ikke "Dagbladet"

Kvinne, 21 år

Språket eller ordbruken

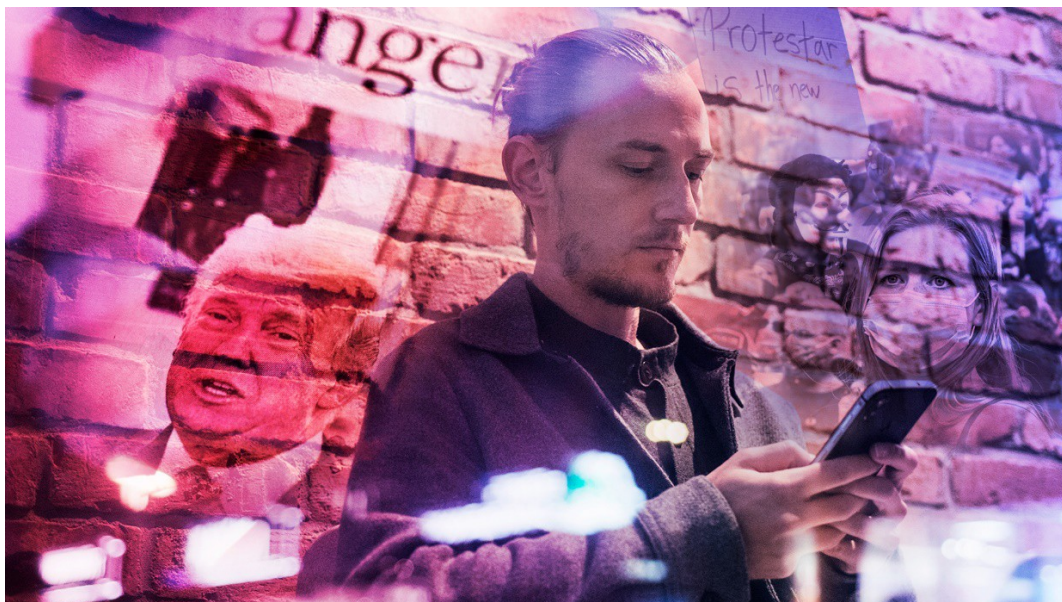
17 prosent av de som avslørte saken som falsk, angir språket eller ordbruken som grunn til at de skjønnte at dette var en falsk nyhetssak. Respondenter som viser til språklige trekk ved teksten, skrivefeil, ordbruk eller formuleringer eller lignende, ble registrert i denne kategorien. Se eksempler her:

«Språket avslører ord som ikke er vanlig å bruke i verken norske medier eller norsk språk generelt, og inneholder også skrivefeil; Det mangler bl.a genetiv-s etter etternavn. Derfor lukter det google translate og utenlandsk svindelforsøk av det.»

Kvinne, 45 år

«Skrivefeil: Dalgbladet istedenfor Dagbladet, tydelig forsøk på å få tak i kortinformasjon med typiske fraser som «han tjente millioner trykk her for å se hvordan»

Mann, 23 år



Konteksten

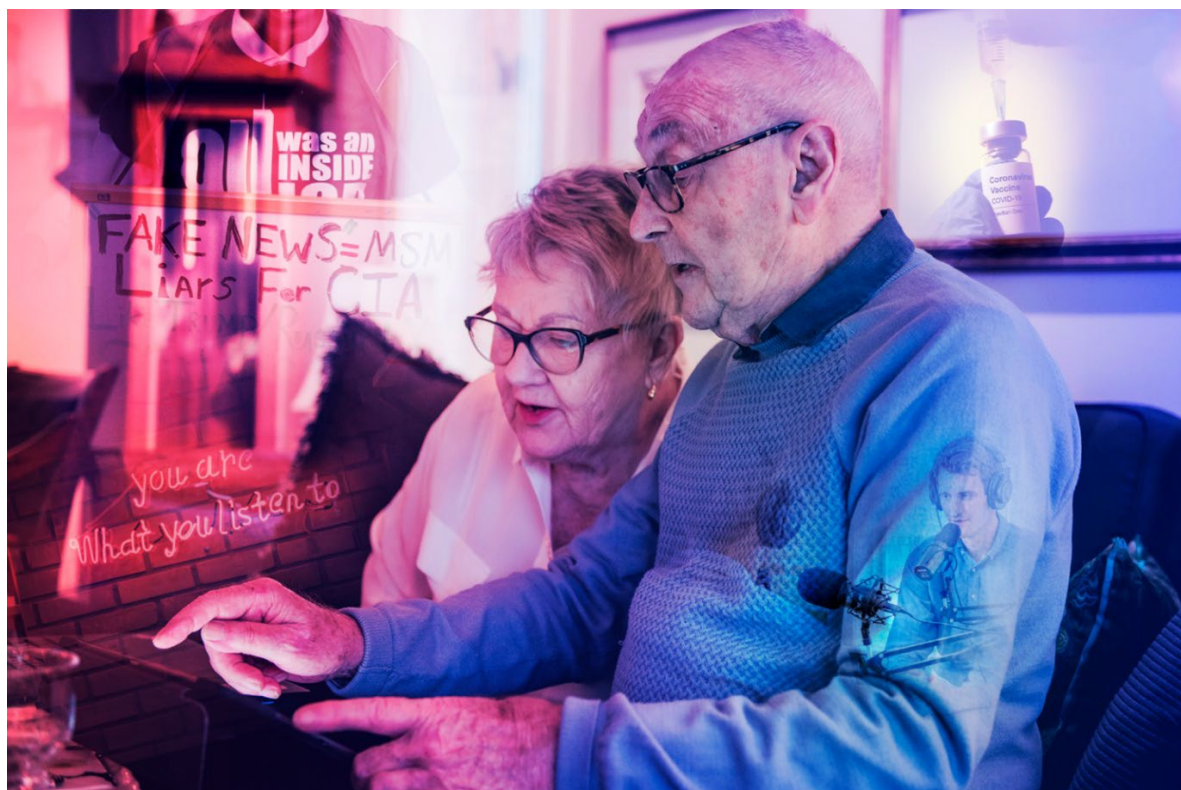
17 prosent relaterer sin begrunnelse til kontekst, altså hvordan saken skiller seg fra andre nyhetssaker som respondenten har tillit til. Mange blir mistenksomme fordi avsenderen er utydelig. Videre kommer det frem at svært mange har sett en tilsvarende sak tidligere, men med andre kjendiser, noe som vitner om at de har generell kunnskap og erfaring med denne typen svindel fra før. Enkelte viser medieforståelse ved å vise til at dette ville vært en større sak også i andre medier om det hadde vært sant. Andre viser til betydningen av kildesjekk og verifisering av fakta ved å sjekke med andre medier, noe ett av eksemplene nedenfor viser.

«Uansett ville jeg ha gjort en kildesjekk om dette hadde vært av interesse.»

Mann, 71 år

«Historien virker lite troverdig. Har ikke hørt om dette i andre nyhetskilder.»

Mann, 66 år



Innholdsrelaterte begrunnelser

60 prosent oppgir generelle innholdsrelaterte begrunnelser – for eksempel at saken er usannsynlig, urealistisk, lite troverdig eller for god til å være sann, og at lettjente penger som oftest er lure. Følelsen man får av at dette er usant, intuisjon eller at det refereres til at saken i seg selv skiller seg fra saker man er vant til å lese, er også eksempler på svartyper som er registrert i denne kategorien:

«Høres en ting ut som at det er for utrolig til å være sant, så er det gjerne det. Vanlige folk sitter ikke å håver inn millioner uten videre.»

Kvinne, 51 år

«Vet ikke, bare en magefølelse»

Mann, 77 år





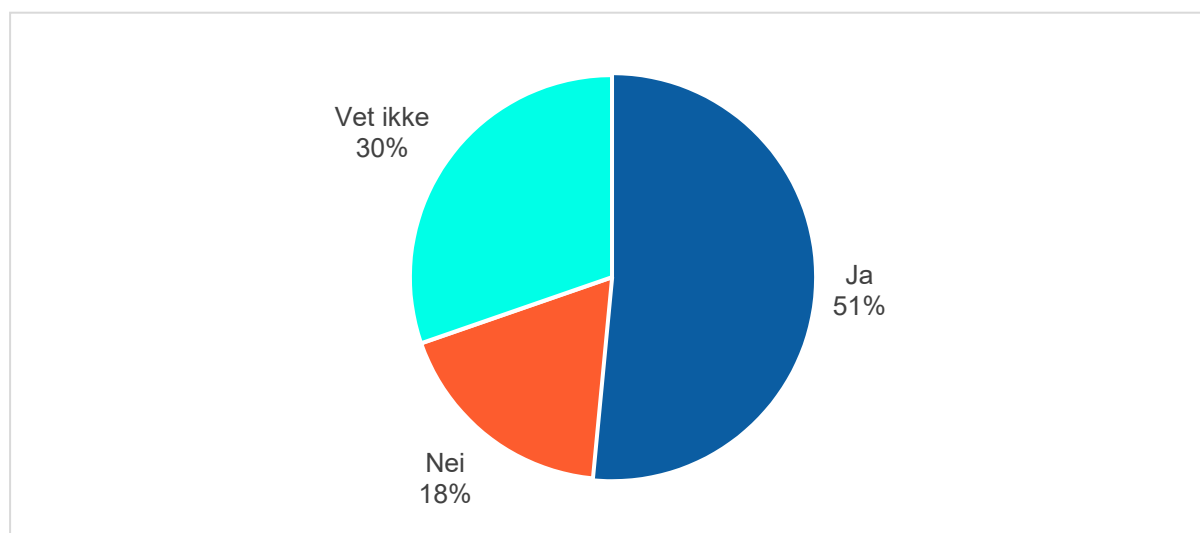


Har du sett en falsk nyhet om korona?

I undersøkelsen ble respondentene også spurt om de hadde sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett.

Figur 8: Har du sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett?

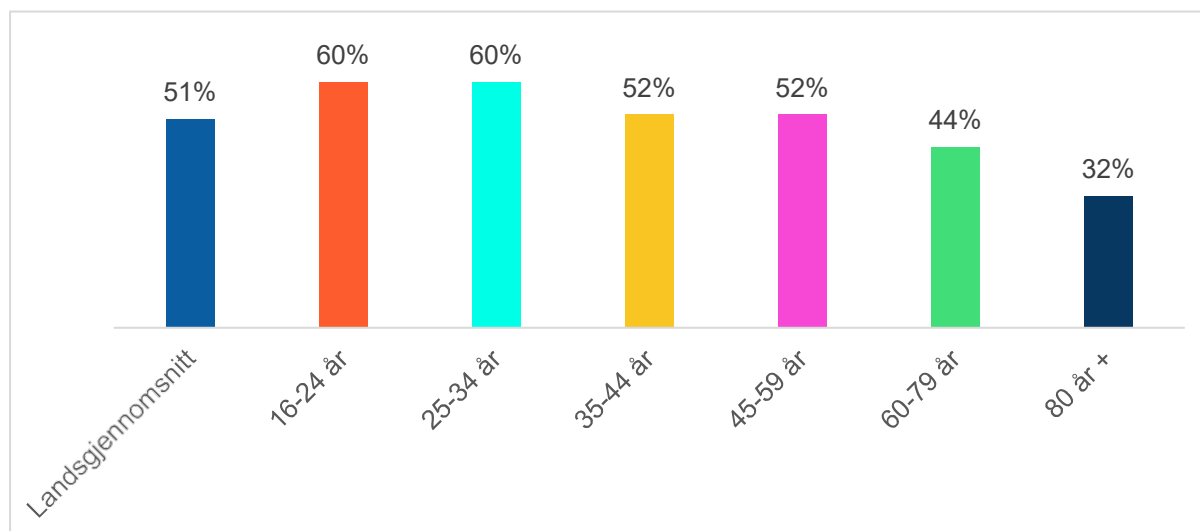
Figuren viser andelen av befolkningen som har sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett. (N = 2084)



Halvparten svarte at de hadde sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett, Tre av ti svarte at de var usikre, mens to av ti svarte «nei». Også her har alder betydning for svarene, se figur 9. En lavere andel eldre (60+) enn yngre (16–59 år) har sett usanne nyheter om korona. Likevel har fire av ti i gruppen 60–79 år og tre av ti i gruppen over 80 år kommet over falske nyheter om koronapandemien.

Figur 9: Har du sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett?

Figuren viser andelen av befolkningen som har sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett, brutt ned på alder. (N = 2084)



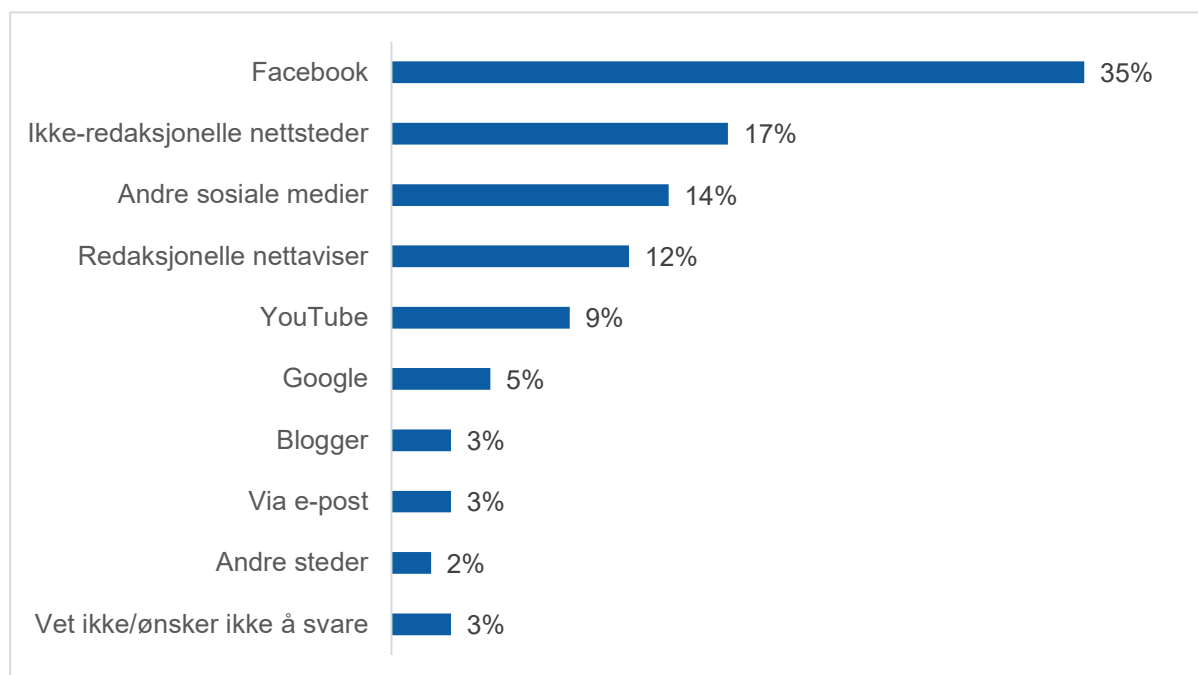


Hvor kom respondentene over falske nyheter om korona?

Respondentene som svarte at de hadde sett falske nyheter om korona, fikk oppfølgingsspørsmål om hvor de hadde sett disse. Som vi så i figur 8, hadde omtrent halvparten av befolkningen sett usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett. I figur 10 viser vi de vanligste kildene for usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett, beregnet ut ifra hvor stor andel dette utgjør av befolkningen.

Figur 10: Hvor kom du over usanne/falske nyheter om koronapandemien?

Figuren viser de vanligste kildene for usanne/falske nyheter om koronapandemien på internett. (N = 2084)



Facebook er den vanligste kilden for falske nyheter og desinformasjon om korona. Én av tre i befolkningen har sett falske nyheter om korona på Facebook. Videre er ikke-redaksjonelle nettsteder (17 prosent) og «andre sosiale medier» (14 prosent) oftest oppgitt som de kanalene hvor respondentene har kommet over falske nyheter om koronapandemien.

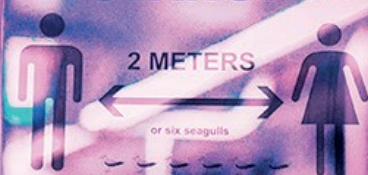


Om undersøkelsen

- Hovedmålet for undersøkelsen er å utvikle et rammeverk med gode måleparametere som gjør det mulig å si noe om utviklingen av befolkningens kritiske medieforståelse over tid.
- Medietilsynet definerer kritisk medieforståelse som den kunnskapen og de ferdighetene vi trenger for å orientere oss i dagens dynamiske medielandskap og gjøre informerte valg om medieinnholdet vi konsumerer, lager og deler.
- Undersøkelsen er en oppfølging av «Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen» fra 2019⁴.
- Kantar har gjennomført undersøkelsen i samarbeid med professor Tore Slaatta i TSL Analytics og professor Ola Erstad ved Universitetet i Oslo, på oppdrag fra Medietilsynet. Utformingen av spørreskjemaet har skjedd i samarbeid med Medietilsynet.
- Datainnsamling til undersøkelsen ble gjennomført i månedsskiftet november/desember 2020.
- Alle intervjuer er gjort via et spørreskjema på internett, og respondentene ble kontaktet via e-post.
- 2084 personer har deltatt i årets undersøkelse.
- Respondentene er trukket tilfeldig fra Kantars webpanel, GallupPanelet.
- Undersøkelsen er gjennomført med et landsrepresentativt utvalg i alderen 16–102 år.
- For å få mer innsikt i de eldste aldersgruppenes mediebruk og kritiske medieforståelse, er det intervjuet ekstra mange eldre i aldersgruppen 80+ i år. Undersøkelsen er representativ for gruppen «over 80 år med tilgang til internett».

⁴ https://www.medietilsynet.no/globalassets/dokumenter/rapporter/kritisk-medieforstaelse-undersokelser-2019-2020/200326-kritisk_medieforstaelse_samlerapport-oppdateret-sidetall-27_mars.pdf

SOCIAL DISTANCING



Please avoid close contact with others to prevent the spread of Covid-19

Queue responsibly and enter the shop when safe to do so

Maximum capacity

Protect Yourself From Corona

Newsweek

Risk of Getting COVID-19 Linked to Certain Blood Types
Coronavirus Study Suggests

NO
NO

Medietilsynet

Nygata 4, 1607 Fredrikstad
post@medietilsynet.no
facebook.com/medietilsynet
twitter.com/medietilsynet

ISBN: 978-82-8428-009-7