

Det er lettest å bli lurt hvis du får alle nyhetene dine fra ett sted, for eksempel sosiale medier. Det er bedre å gå rett på sidene til nyhetsmedier du vet pleier å være pålitelige, mener Natasza Augustyn, midt i bildet, her sammen med Claire Candelaria, til venstre, Natalia Nosal og Alexander Gjesdal.

 FREDRIK REFVEM

Javel? Kan dette være sant?

FALSKE NYHETER: Hver tredje mediebruker er redd for å bli lurt på nett. Unge er mer kritiske enn eldre. Hvordan skille sant fra tvilsomt? Vi spurte ekspertene. Nå for tiden er de gjerne 16 år.

Ingeborg Eliassen

Investigate Europe



Det er fredag morgen på St. Olav videregående i Stavanger, klasse 1STE har time i kritisk tenkning. Kildekritikk og nettvett er noe av det de lærer her. Det har de bruk for hver eneste dag der de boltrer seg på sosiale medier.

16- og 17-åringene aner ikke hvordan livet var før internett.

Søkemotoren Google fantes da de kom til verden, Facebook og Youtube kom mens de lekte i sandkassen. Nå er de første generasjon digitalt innfødte, og i øyeblikket foretrekker denne gjengen Instagram, Youtube og Twitter.

Det viktigste vernet mot å bli lurt på sosiale medier, er kunnskap, fastslår lektor Line Noer Borrevik.

– Jo mer vi vet, dess mer evner vi å stille oss kritisk spørrende og til å lukte lunter. Elevene må bli flinkere til å sjekke, dobbeltsjekke og trippelsjekke. Kildekritikk må være en del av den overordnede tilnærmingen i alle fag, mener læreren.

Ekte kontoer – og noen falske
Nå stirrer 29 par øyne på nesten like mange skjermer.

De har fått i oppgave å finne den ekte twitterkontoen til Vy, tidligere NSB. I tillegg til den offisielle kontoen, som heter @vygruppen og har 1822 følgere, fins nemlig en annen konto: @

VyTravel, med ti ganger flere følgere.

Men sistnevnte er tøys og satire, med meldinger av typen «Vår kjernevirksomhet er ledelse, derfor vil vi måtte redusere ruteproduksjonen noe fremover for å finansiere utviklingsprogram for toppledergruppen».

Selv uten å sjekke for ironi, finner ungdommene enkelt den offisielle kontoen. Ved siden av navnet har den et blått tegn med hvit hake i. Det er verifiseringstegnet Twitter bruker for å markere at kontoen er autentisk.

– Jeg har sett det på kontoene til kjendiser og ikke helt visst hva det betydde. Men nå vet jeg det, sier en av elevene.

Kildekritikk på nytt nivå

Du skal ikke tro på alt som blir sagt. Alle vet det. Det var bare lettere å orientere seg før. Før internett. Da var spennet fra leksikon i den ene enden til Se og Hør i den andre. Sannhet i leksikon, rykter i Se og Hør.

– Tidligere generasjoner sloss for tilgang til informasjon. Nå er den store utfordringen å velge og velge riktig i de endeløse informasjonsmengdene. Og når autoriteter som den amerikanske presidenten og den norske prinsessen uttaler at vi ikke kan stole på massemediene, blir folk usikre,

sier Line Noer Borrevik.

Før var «kildekritikk» først og fremst en øvelse for journalister og forskere. «Hvis moren din sier hun er glad i deg, så sjekk om det stemmer», er en gammel journalistvits. Den pekte på behovet for å stille spørsmål også ved egne, faste overbevisninger.

Ukritiske eldre

På sosiale medier kan hvem som helst påstå hva som helst og nå langt ut med budskapet. Tre av ti mediebrukere i Norge synes da også at det er vanskelig eller svært vanskelig å skille sann og usann informasjon, viser en måling som Opinion gjorde for Store norske leksikon nylig.

Men det er stor forskjell på den kritiske sansen til unge og eldre, ifølge undersøkelsen:

Nesten ni av ti unge sjekker kilden før de deler en nyhetssak,

men bare seks av ti over 60 gjør det samme. En av fire over 60 gjør ikke noe for å sjekke troverdigheten til en artikkel på sosiale medier før de velger å dele den. Eldre er også dårligere enn de yngste til å si fra til venner som deler falsk informasjon på sosiale medier, ifølge undersøkelsen.

Nesten alle elevene i klassen på St. Olav har Facebook-konto. Men nesten like mange sier de oppholder seg minimalt på akkurat denne plattformen. En av grunnene er at det er så mange «gamle» der.

– De verste er folk i 50-60-årene. De deler sider fra nyhetsmedier du aldri har hørt om. Mye om islam og klima.

Vanskelig å si imot

Det sitter likevel langt inne å si fra hvis besteforeldre sprer det barnebarnet mener er dårlig fundert informasjon, sier elevene.

– Alle ser det hvis du diskuterer på Facebook. Og de er mye eldre enn meg. Jeg ler heller av dem.

– Hvordan skal jeg påvirke en mann som har tenkt skruddet tanker i 50 år ved å si at den nettsiden der er fake, du må finne nyhetskilder som er mer troverdige? Nei, jeg vil bruke hjernecellene mine på noe annet.

Det kan være litt lettere å si fra overfor jevnaldrende.

– Hvis venner har delt en nyhetsartikkel som er fake, bør de ikke bli fornærmet. Det er verre å kritisere de som har delt meninger.

– Ja, men det er lettere å kritisere hvis jeg kjenner noen godt. Ellers risikerer jeg at de tror jeg mener jeg er smartere enn dem, som ikke skjønner at noe er fake.

Det er behagelig å la Facebooks algoritmer og venner bestemme hva vi får se i nyhetsstrømmen. Men det er ikke veldig smart, mener mange i samfunnsfagklassen. Natasza Augustyn summer en gjengs holdning: – Det er fort gjort å bli lurt hvis du får alle nyhetene dine fra ett sted. Og sosiale medier er egentlig bare ett stort sted der det er veldig vanskelig å bekrefte om noe er ekte eller ikke. Få deg heller en håndfull med aviser eller nettsted der du vet at du vanligvis får riktig informasjon.

Desinformasjon

- **Feil eller villedende informasjon** som blir laget, presentert og spredd med økonomisk formål eller for å bevisst forlede publikum, og som kan skade offentligheten.

KILDE: EU-KOMMISSJONEN



» Investigate Europe

- **Investigate Europe** er et team av journalister som samarbeider om tema som gjelder hele Europa, og som publiserer på tvers av kontinentet. Aftenbladet og Adresseavisen er norske mediepartnere for prosjektet om desinformasjon, som også går i Tagesspiegel, Le Monde, Efsyn, Gazeta Wyborcza, Diario de Noticias, Groene Amsterdammer og Il Fatto Quotidiano, samt Folha de Sao Paulo og Jornal de Angola.
- **Tilskudd fra lesere** bidrar til å gjøre arbeidet mulig. Investigate Europe støttes av stiftelsene Fritt Ord, Schöpflin, Rudolf Augstein, Hübner & Kennedy, Open Society, Gulbenkian og Cariplo.
- **Ingeborg Eliassen** er norsk medlem i teamet. De andre er Wojciech Ciesla, Juliet Ferguson, Nikolas Leontopoulos, Maria Maggiore, Leila Minano, Paulo Pena, Nico Schmidt, Harald Schumann, Elisa Simantke og Daphne Dupont-Nivet (Investico).
- **Mer om prosjektet** på www.investigate-europe.eu

Falske nyheter spres raskest

FALSK NYHETER: De fleste deler først og fremst nyheter fra anerkjente medier. Men villedende enkelthistorier kan slå grundig journalistikk med inntil fire ganger så mange delinger, likes og kommentarer på Facebook.

Det viser en helt fersk analyse av politiske nyheter og informasjon som ble spredt på sosiale medier på sju språk i oppkjøringen til valgene til Europaparlamentet: Engelsk, fransk, tysk, italiensk, polsk, spansk og svensk.

Under 4 prosent av sakene som ble spredt på Twitter, var det forskerne kaller «junk news», «søppelsaker», eller hadde kjente russiske kilder. Brukere delte mange flere

lenker til anerkjente mediekilder – 34 prosent generelt. Bare polskspråklige skilte seg ut, der utgjorde junk news hele 21 prosent av trafikken, ifølge Project on Computational Propaganda ved Oxford-universitetet.

På Facebook delte folk også mye mer fra standard-medier enn fra obskure kilder. Men en del enkelthistorier uten dekning i fakta løp helt fra viktige og profesjonelt produserte saker, med inntil fire ganger så mange delinger, likes og kommentarer. De som spredte seg mest, handlet om populistiske tema som innvandringsmotstand og islamofobi. Direkte EU-motstand var sjeldnere, ifølge forskerne.

Leksikonets uventede comeback

FALSK NYHETER: Meter på meter av leksikon er havnet på loppemarkeder og på gjenvinningsstasjoner.

Men som en fugl fønix er Store norske gjenoppstått – digitalt. Med millioner av brukere.

«Leksikon selges da min kone vet alt», het det på t-skjorter for lenge siden. Men da Google kom, ble det alvor for leksikon-bransjen. For de som ville lese seg opp på pollenallergi eller på islam, var det etterhvert mer praktisk å google enn å gå i bokhylla.

I 2007 var det slutt på papirversjonen av Store norske leksikon fra Aschehoug og Gyldendal. Nettversjonen tok ikke av, og i 2010 ga Kunnskapsforlaget seg.

Ni år etter er historien om Store norske leksikon imidlertid en skikkelig gladsak. I hvert fall når den blir fortalt av redaktør Erik Bolstad. I mars hadde SNL 2,6 millioner unike brukere.

Eller som Bolstad sier: «Vi er blitt kjempestore!»

Underveis til disse lesertalene fikk SNL en annen kolossal oppmuntring. Europaparlamentets forskningstjeneste EPRS kartla tilstanden for leksika i alle europeiske land og utredet rollen kvalitetssikrede oppslagsverk kan spille som

bolverk mot desinformasjon og falske nyheter på nett.

– De trakk fram oss som det mest vellykkede europeiske leksikonprosjektet. Det var helt fantastisk! Vi hadde vært mest opptatt av å forbedre vårt eget leksikon og bygge en ny grunnmur under prosjektet vårt etter en lang krise, så først ble vi forbauset, sier Bolstad.

Han har summet seg nå, og har blant annet vært i Brussel for å fortelle om en leksikonmodell som har alle universitetene på eiersiden. SNL er verdens eneste nasjonalleksikon som har overlevd digitaliseringen med gratis, oppdatert innhold og høye lesertall.

– Akkurat som hos Wikipedia kan hvem som helst foreslå endringer. Men vi kombinerer dette med kvalitetssikring og bidrag fra landets beste fagfolk, sier Bolstad – men peker på at andre prosjekter nå er på trappene: I Danmark og i Latvia.

Foreningen Store norske leksikon eier SNL. Bak denne foreningen står Fritt Ord, Sparebankstiftelsen DNB, Det norske videnskaps-akademi, Norsk faglitterær forfatter- og oversetterforening, Nasjonalmuseet, Meteorologisk institutt, Norges Musikkhøgskole, samt alle landets universiteter.



Facebook kom da de satt i sandkassen. Nå synes mange av 16- og 17-åringene i klassen til Julie Akerø-Stueland og Liva Bø-Myge det er for mye spredning av lite troverdig informasjon på Facebook – og at besteforeldregenerasjonen ofte er verst. Lektor Line Noer Borrevik i bakgrunnen.

FREDRIK REFVEM



Det er for mye spredning av lite troverdig informasjon på Facebook – og besteforeldregenerasjonen er ofte er verst, mener St.Olav-elever. Bak: Ida Norland, Izaak Sarnecki, Anders Vagle. I midten: Andrea Olsen. Foran: Tindra Arnadottir, Bagavath Achani

FREDRIK REFVEM

16-åringenes nettvett-tips

1 Ikke baser deg på nyhetene du tilfeldig får på sosiale medier. Gå i stedet rett til medier du stoler på, helst flere enn ett.

2 Hvis du er usikker på om noe du leser, er sant, så søk og sjekk om anerkjente medier har rapportert om det.

3 Er en twitterkonto autentisk? Se etter verifikasjonstegn, blått med hvit hake.

4 Er en twitterkonto et menneske eller en «bot»? Sjekk forholdet mellom antall følgere og antall likes. 200.000 følgere og 3000 likes kan bety at den er en maskin. (Og twitrer en konto over 72 ganger per dag, er det mistenkelig, sier forskere).

5 Vær klar over at Youtube foreslår stadig mer radikalt innhold om temaet ditt jo lenger du oppholder deg der.