

Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen

En undersøkelse fra Medietilsynet

Delrapport om:

- Mediebruk
- Ulike grupper kritisk medieforståelse i befolkningen
- Særlig om de eldre
- Falske nyheter

Mai 2019



Forord

I et medielandskap i rivende utvikling stilles det stadig større krav til oss som mediebrukere. Hvordan skal vi navigere trygt i en digital medievirkelighet der vi oversvømmes av informasjon i en rekke kanaler? Hva slags kunnskap og ferdigheter trenger vi for å ta informerte valg, og hvordan skal vi sørge for at alle har den nødvendige kompetansen?

Ett av Medietilsynets viktigste ansvarsområder er å bidra til kritisk medieforståelse i befolkningen – altså den kompetansen vi alle bør ha for å sikre en tilstrekkelig kritisk tilnærming til det medieinnholdet vi både konsumerer, produserer og deler. Et viktig ledd i dette arbeidet er å skaffe innsikt i hvordan det faktisk står til. Medietilsynet har derfor for første gang gjennomført en bredt anlagt undersøkelse om nordmenns kritiske medieforståelse, som blant annet kartlegger mediebruk, forståelse av medienes eierskap og finansiering, evne til kildekritikk, håndtering av digital informasjon, personvern og evne til å skille redaksjonelt fra kommersielt innhold. I denne første delrapporten presenterer vi en overordnet inndeling av befolkningens kritiske medieforståelse, noen spesifikke resultater knyttet til de eldre og funn relatert til «falske nyheter».

Medietilsynet kommer til å bruke resultatene fra undersøkelsen i arbeidet med å utvikle nye tiltak som kan bidra til å styrke den kritiske medieforståelsen i befolkningen, gjerne sammen med andre aktører. Og så håper vi at den innsikten undersøkelsen gir kan bidra til økt bevissthet hos oss alle om kritisk medieforståelse og hvorfor det er så viktig. I bunn og grunn handler det om at vi alle skal ha forutsetninger for å delta aktivt i en åpen og opplyst offentlig samtale – noe som igjen er avgjørende for vårt demokrati.

Fredrikstad, 27. mai 2019

Mari Velsand
Direktør i Medietilsynet

Innhold

| | |
|---|---------|
| Medietilsynets samfunnsoppdrag | side 4 |
| Definisjon av kritisk medieforståelse | side 5 |
| Funn | |
| Mediebruk | side 6 |
| Fire typer kritisk medieforståelse | side 10 |
| De eldres kritiske medieforståelse | side 20 |
| Falske nyheter | side 29 |
| Formål og metode | |
| Formål og metode | side 38 |
| Avgrensning: Indikatorer på kritisk medieforståelse | side 39 |
| Kontaktinformasjon | side 40 |

Medietilsynets samfunnsoppdrag

Medietilsynet skal fremme demokrati og ytringsfrihet gjennom å arbeide for mediemangfold og kritisk medieforståelse i befolkningen.



Kritisk medieforståelse er *kunnskap og ferdigheter* vi trenger for å orientere oss i dagens dynamiske medielandskap og *ta informerte valg* om medieinnholdet vi konsumerer, lager og deler.

Mediebruk

Ulik mediebruk gir forskjellige styrker og utfordringer hos yngre og eldre

Kritisk medieforståelse handler om hvordan mediebrukere forholder seg til de mediene de bruker og det innholdet de konsumerer, lager og deler. Mediebruk er i seg selv ikke en del av den kritiske medieforståelsen, men er likevel relevant i denne sammenheng, fordi ulikt bruksmønster kan gi forskjellige utfordringer.

Undersøkelsen viser at det er ulike mediebruksmønstre hos yngre og eldre, noe som igjen medfører at disse gruppene har ulike styrker og utfordringer når det gjelder kritisk medieforståelse.

For eksempel:

Unge bruker i stor grad digitale medier, og har god forståelse av hvordan de digitale informasjonsstrømmene fungerer. Denne innsikten kan de for eksempel dra nytte av for å avdekke falske nyheter.

De eldre bruker i større grad tradisjonelle nyhetsmedier, som gir saks- og sjangerkunnskap som også kan brukes som verktøy for å avdekke falske nyheter.

Eldre er mer opptatt av politikk og samfunnsstoff. De yngre er mer opptatt av kjendisstoff og mindre opptatt av innenriks- og lokalstoff.

Jo eldre – jo mer brukes tradisjonelle medier

Gruppen over 60 år har høyest andel daglig bruk av alle typer medier bortsett fra nettavis. De under 45 år utgjør en langt lavere andel når det gjelder daglig bruk av alle tradisjonelle medier, men den klart høyest andelen for nettavis. Over 3 av 4 i alderen 16-44 år leser nettaviser daglig.

Mens over halvparten av de over 60 år leser papiravis daglig, gjør kun 10 prosent under 30 år det samme. Omtrent halvparten så mange av «de unge» bruker radio og TV som de over 45 år.

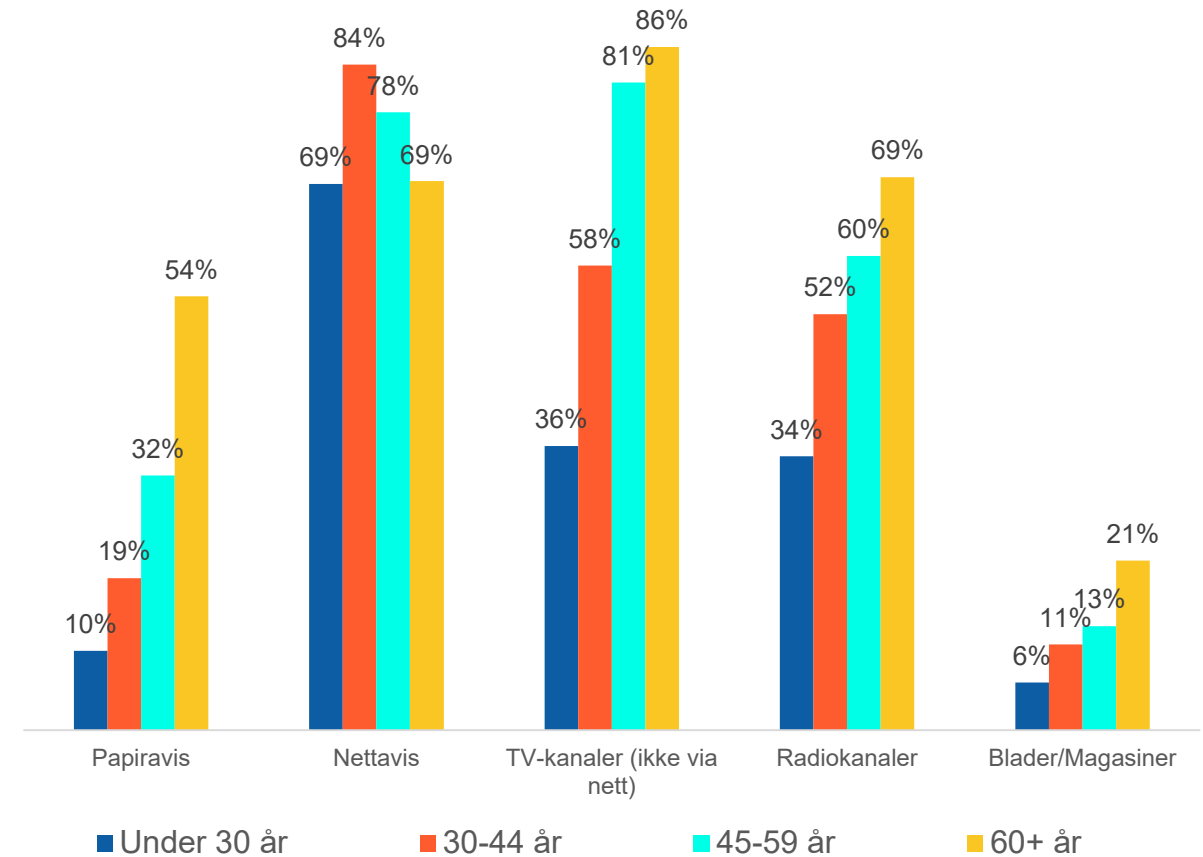
Utdanning spiller inn, særlig for papiravislesing. 4 av 10 med mer enn 4 års utdanning leser papiravis, mot omtrent 2 av 10 med videregående utdanning.

Samboende eller husstander med flere personer har høyere daglig lesing av papiravis enn singelhusstander. Menn og de som stemte Arbeiderpartiet eller Senterpartiet ved forrige valg er også noe overrepresentert.

Noen av de samme mønstrene finnes blant de som leser nettavis daglig: Menn i alderen 30 til 59 år med høy utdanning og inntekt, som kommer fra husstander med flere personer og som stemte Arbeiderpartiet ved forrige valg, er noe overrepresentert.

For TV er det store forskjeller mellom unge og eldre, men ellers er det små utslag på demografiske variabler. De som bruker TV daglig er også overrepresentert blant daglige papiravislesere og de som leser papiravis og blader/magasiner, men underrepresentert blant dem som bruker sosiale medier daglig.

Spørsmål: Bortsett fra i dag, når benyttet du følgende sist?
Daglige brukere, alder



Jo yngre – jo mer brukes digitale tjenester

Av digitale tjenester har Facebook den største oppslutningen i alle demografiske variabler, også blant de over 60 år. For de øvrige digitale tjenestene som måles er de eldste sterkt underrepresentert blant daglige brukere.

De under 30 år er i en særstilling i bruken av samtlige digitale tjenester. 9 av 10 bruker Facebook daglig, 8 av 10 bruker «andre sosiale medier». Fra andre undersøkelser vet vi at Snapchat er det eneste andre mediet som nesten er på nivå med Facebook. 7 av 10 bruker strømmetjenester som Netflix, HBO og TV2 Sumo. 4 av 10 bruker YouTube daglig.

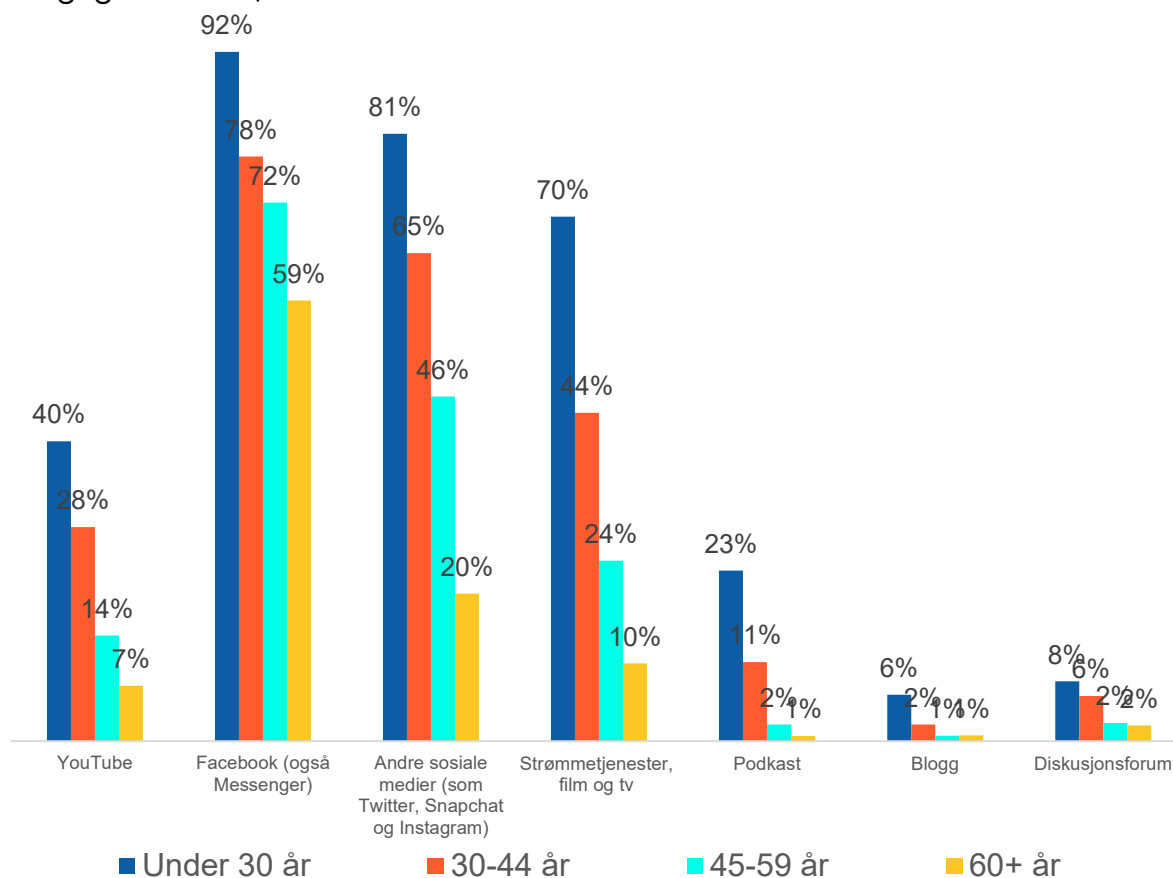
Også for nyere digitale mediefenomener som podkast, blogg og diskusjonsforum er andelen daglige brukere over dobbelt så høy i gruppen under 30 år som blant dem over 30 år.

«Storforbrukere» av digitale tjenester er sterkt underrepresentert i gruppen som daglig bruker tradisjonelle medier som papiravis, radio og TV.

Vi ser tydelige skiller i hvilke typer medier som inngår i ulike aldersgruppers medierrepertoar. De eldre bruker digitale tjenester i liten grad, med unntak av Facebook, mens de unge generelt bruker digitale tjenester i større grad.

Spørsmål: Hvor ofte benytter du vanligvis følgende tjenester?

Daglige brukere, alder



(Base: N= 1363)

Fire grupper kritisk medieforståelse

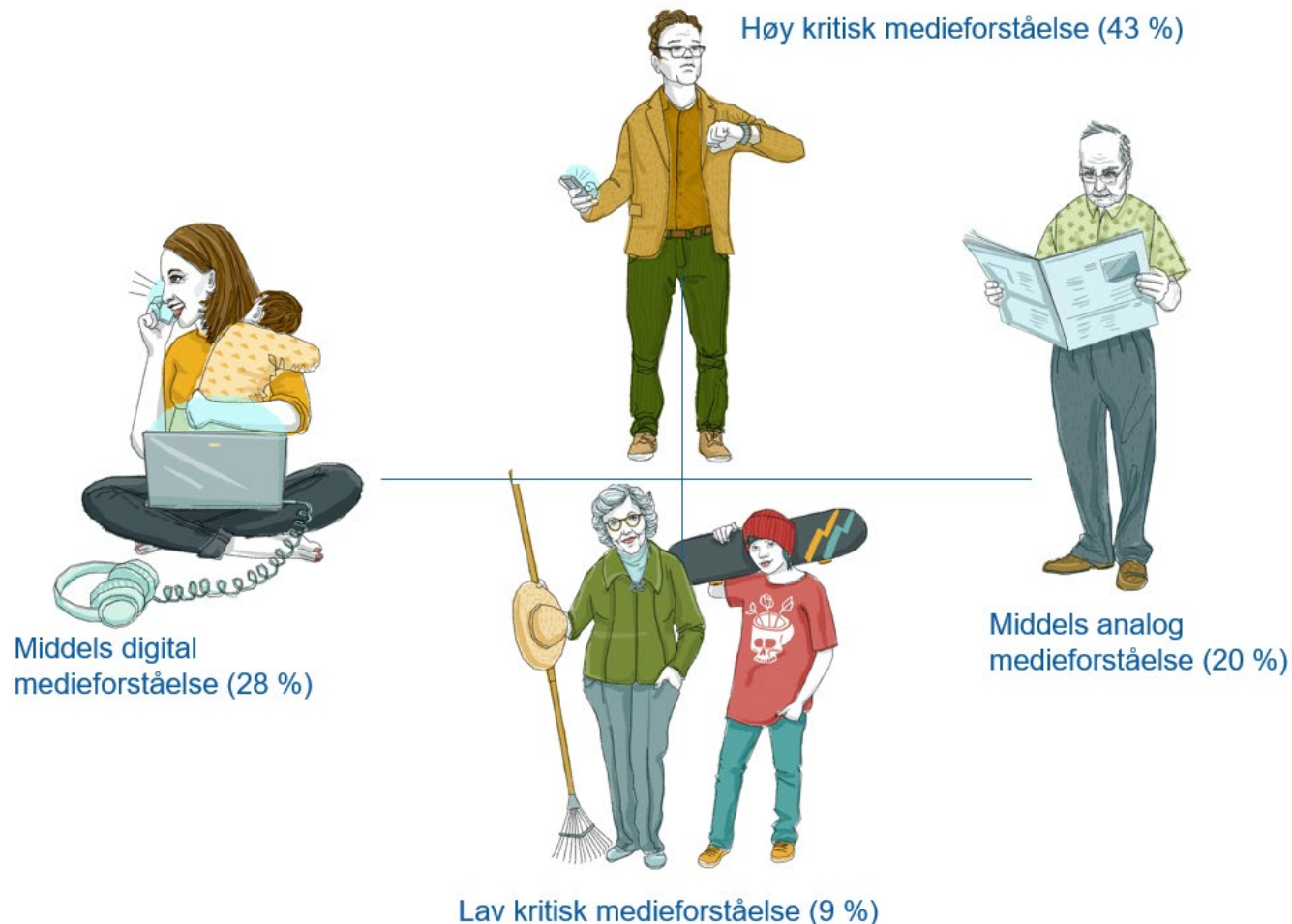
Kritisk medieforståelse henger sammen alder og utdanning

Med utgangspunkt i funn i undersøkelsen, er befolkningen gruppert i fire grupper ut fra hvilke former for kritisk medieforståelse de skårer høyt og lavt på.

Et viktig skille er mellom kunnskap og ferdigheter knyttet til digitale medier (digital forståelse/kompetanse) kontra kunnskap og ferdigheter relatert til mer tradisjonelle medier (analog forståelse/kompetanse).

De yngre vet for eksempel mer om hvordan de skal ivareta personvern på nett, hvordan innholdsmarkedsføring fungerer og hvordan algoritmer påvirker mediehverdagen. De eldre vet derimot mer om eksempelvis eierskap i og finansiering av tradisjonelle medier.

Utdanning har stor betydning for skillet mellom høy og lav kritisk medieforståelse. Det er langt flere med lav utdanning i gruppen med lav kritisk medieforståelse.

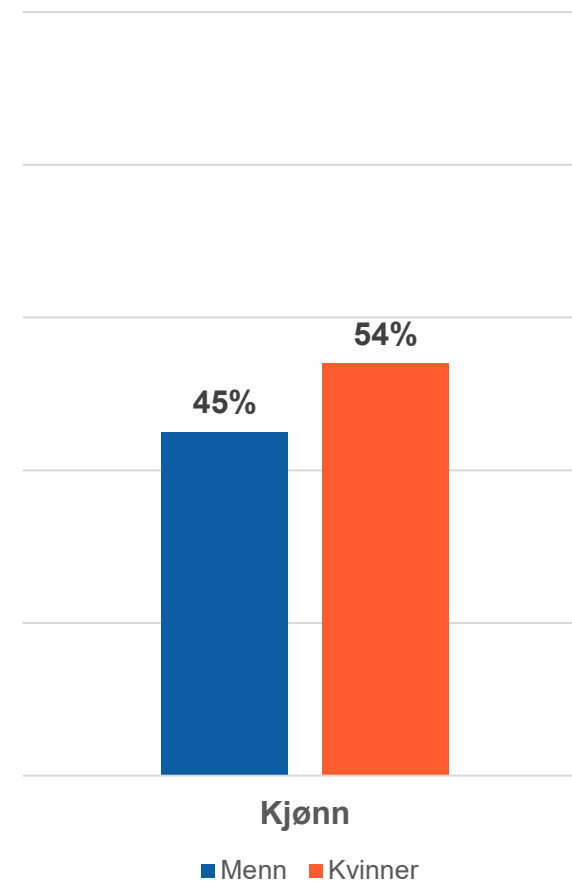
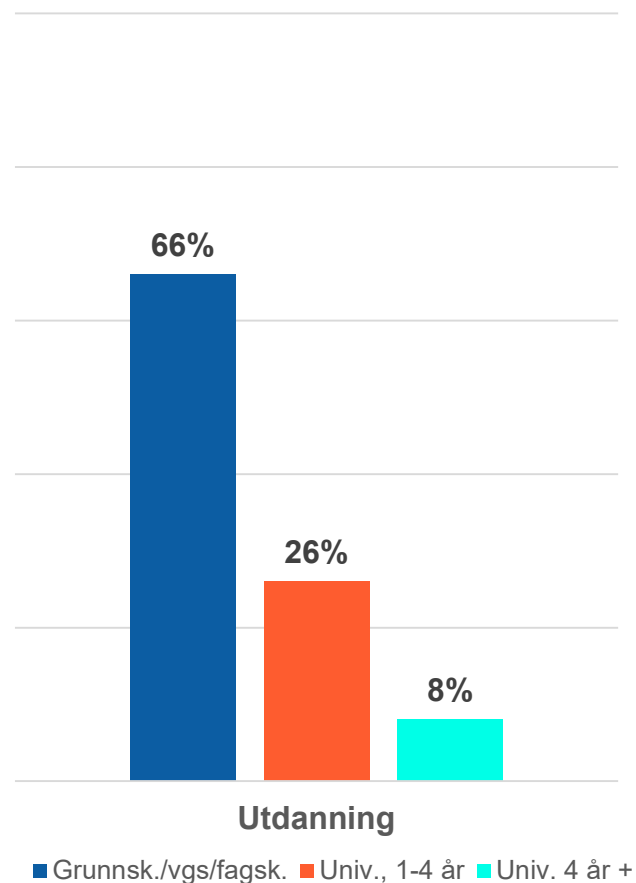
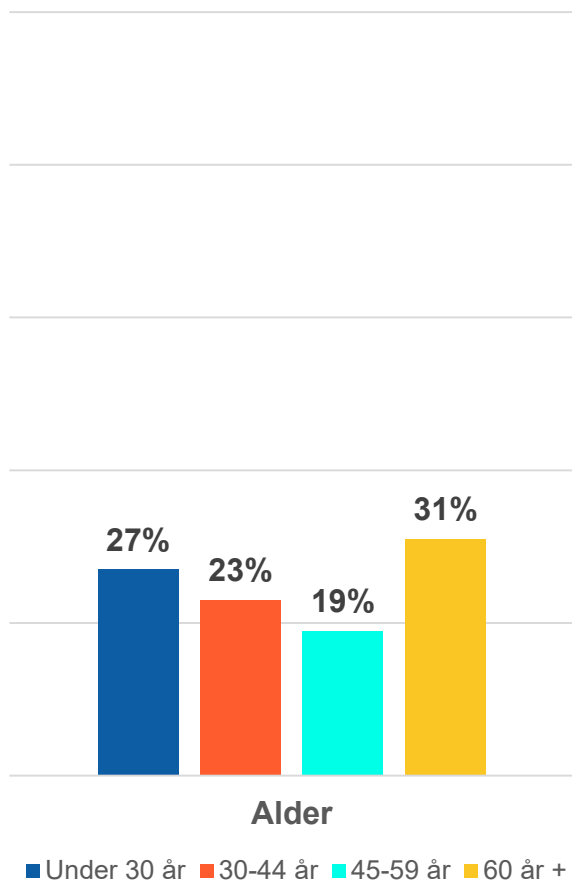


Gruppe 1: Lav kritisk medieforståelse (9 % av befolkningen)

- Skårer lavere enn andre på de fleste indikatorer
- Leser få aviser og er mindre interessert i nyheter fra de mest brukte/vanligste mediene
- Er overrepresentert blant de med lav inntekt og uten høyere utdanning
- Overvekt av de under 30 år og (spesielt) de over 60 år
- Få kjønnsforskjeller, men en liten overvekt av kvinner, og da særlig eldre kvinner



Lav kritisk medieforståelse: De med lav utdanning er overrepresentert

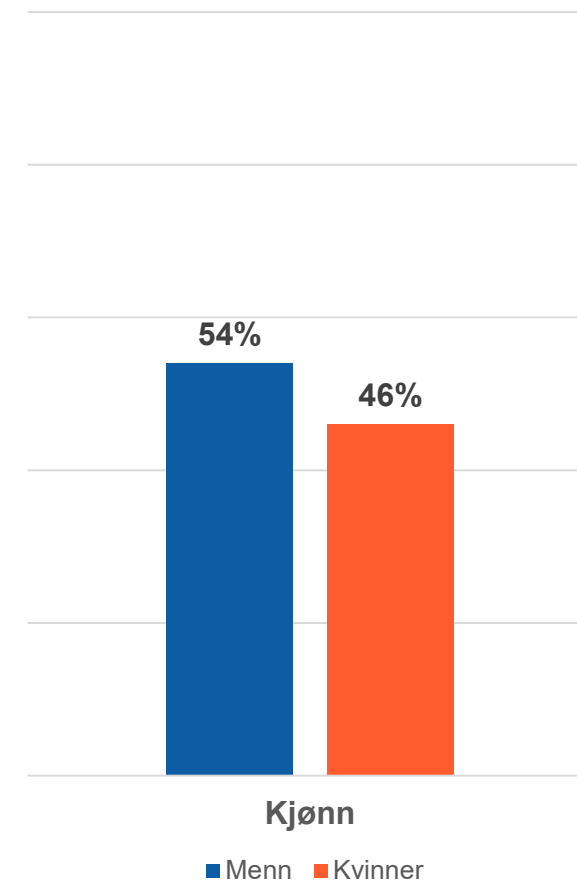
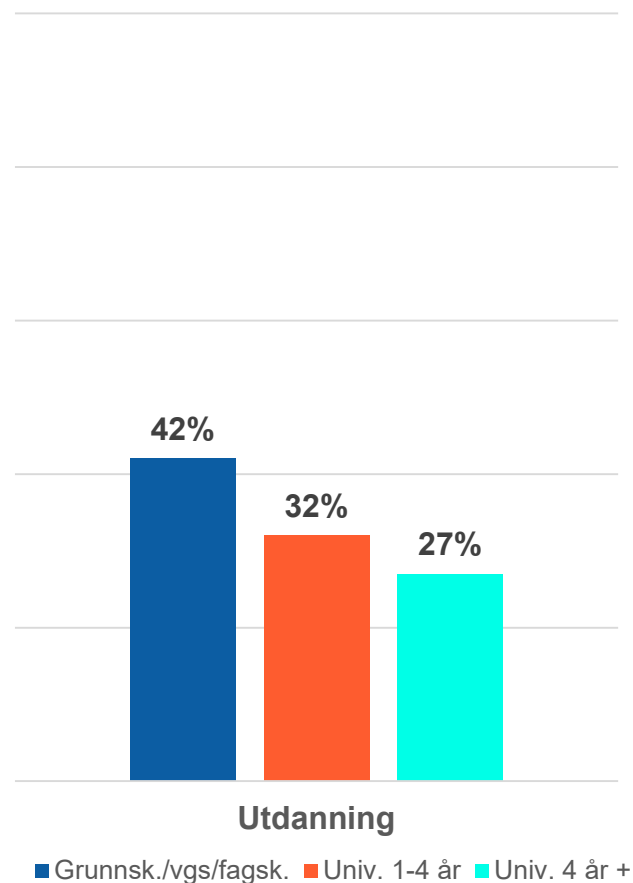
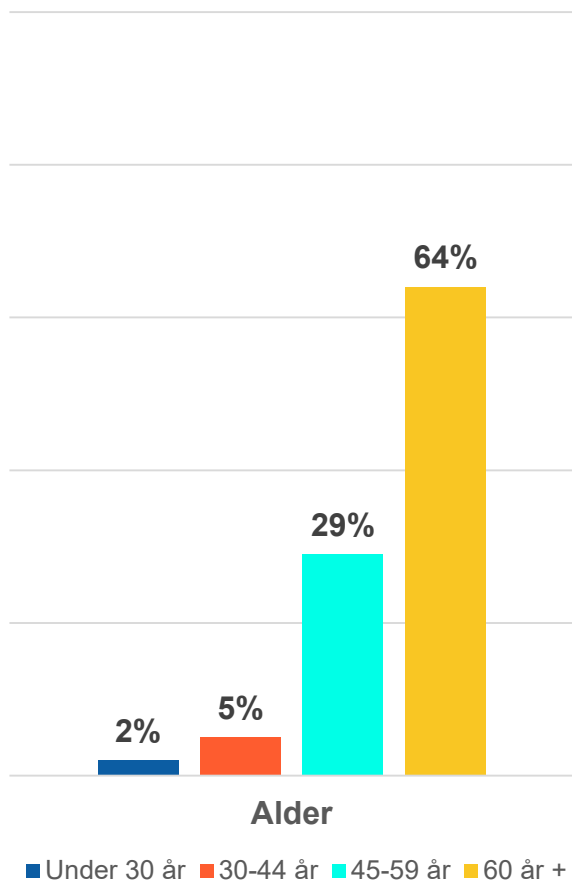


Gruppe 2: Middels, analogt orientert kritisk medieforståelse (20 % av befolkningen)

- Har relativt høy kunnskap om tradisjonelle medier, for eksempel eierskap og finansiering
- Har relativt lav kunnskap om digitale medier
- Papiraviser og TV er viktigste nyhetskilder
- Eldre er klart overrepresentert
- Noe høyere andel med lav utdanning
- Kjønn har lave utslag, men noe høyere andel menn



Middels, analog orientert kritisk medieforståelse: Alder er utslagsgivende, de over 60 er i stort flertall

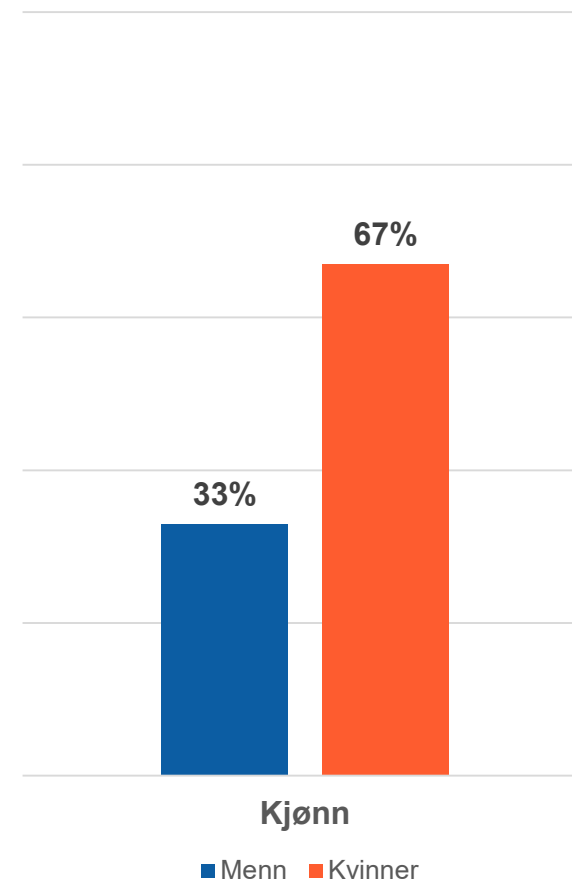
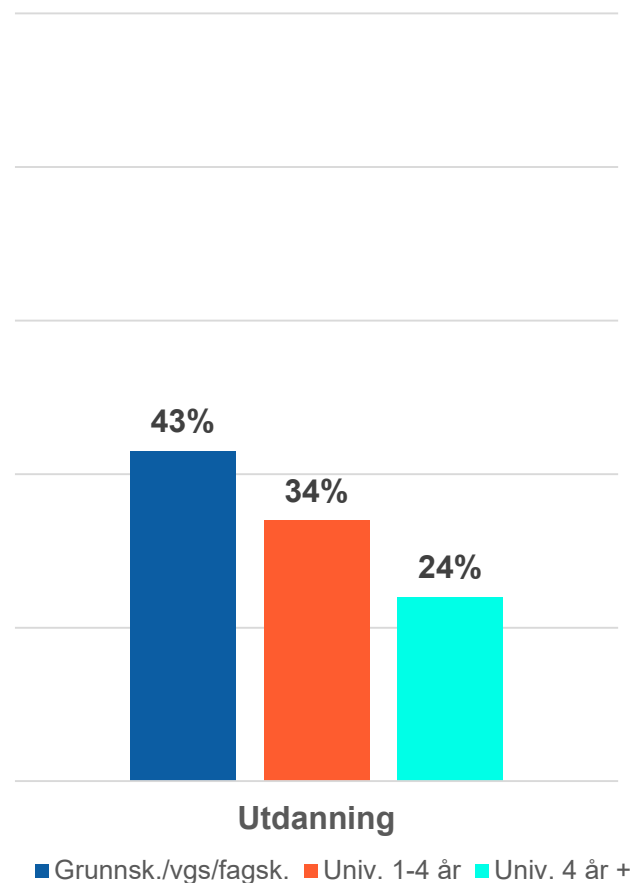
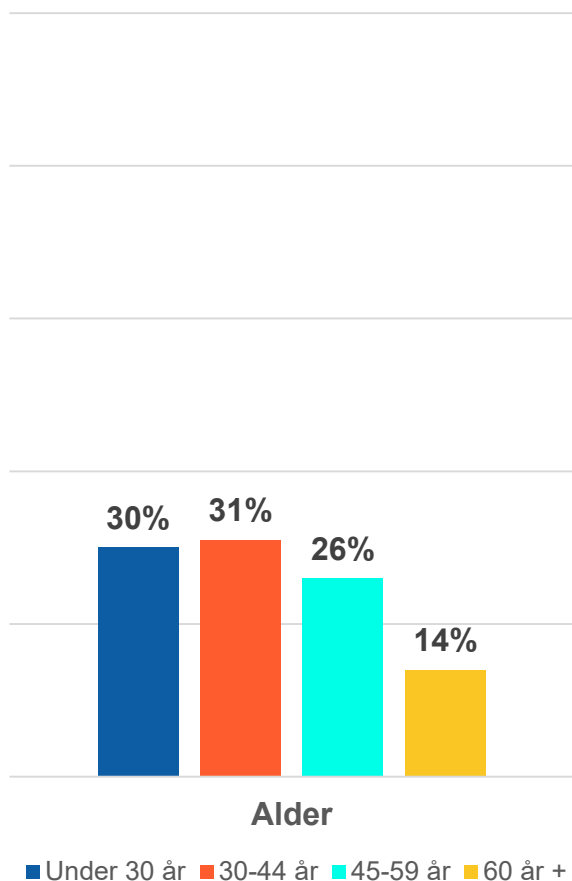


Gruppe 3: Middels, digitalt orientert kritisk medieforståelse (28 % av befolkningen)

- Har relativt høy kunnskap om algoritmer og eierskap i nettbasert medier, og vet ofte hvordan de kan ivareta sitt personvern på nett
- Har relativt lav kunnskap om eierskap i og finansiering av tradisjonelle medier
- Yngre og kvinner er overrepresentert
- Lavest andel over 60 år
- De med lav utdanning noe overrepresentert



Middels, digitalt orientert kritisk medieforståelse: Kvinner utgjør den største andelen

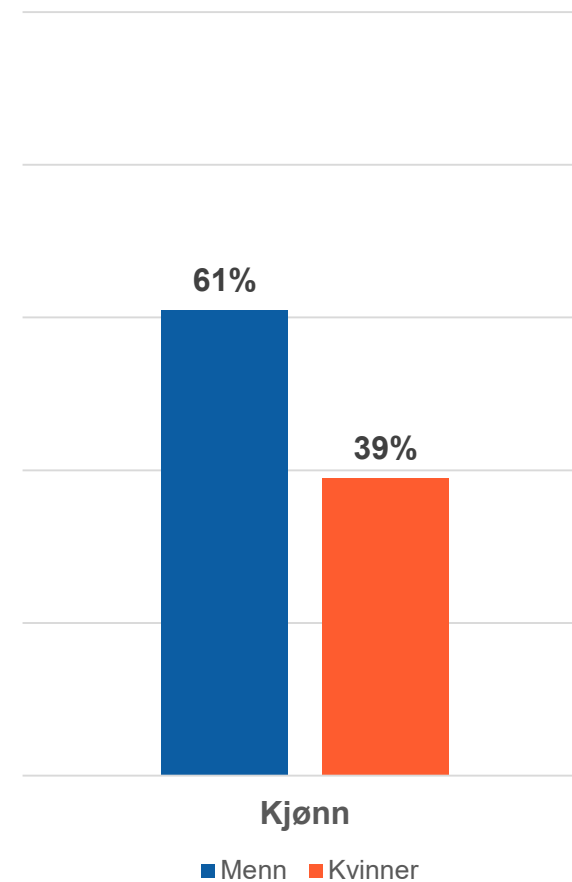
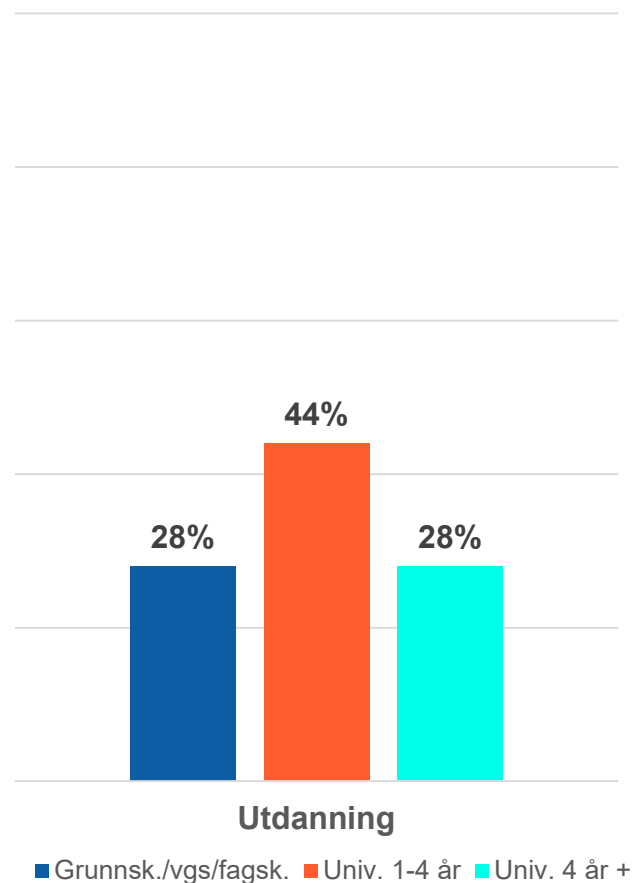
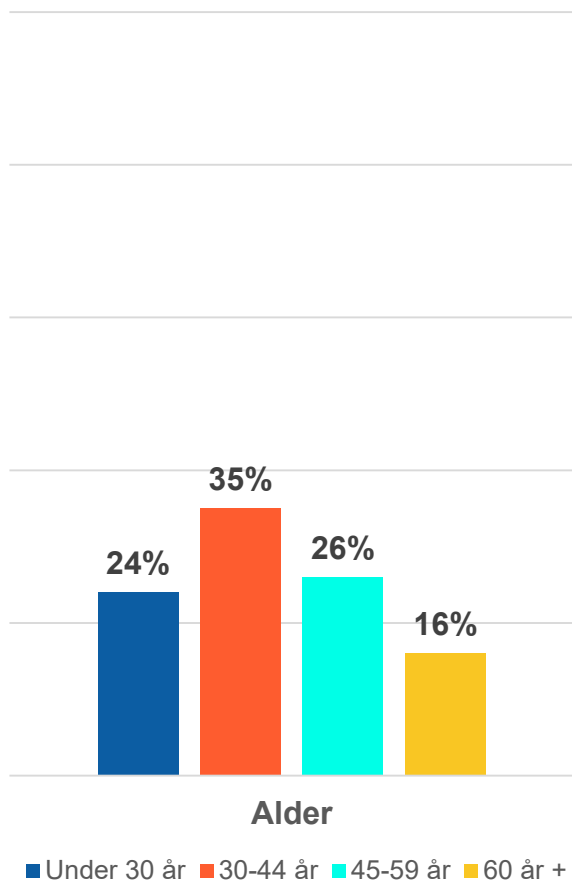


Gruppe 4: Høy kritisk medieforståelse (43 % av befolkningen)

- Skårer relativt høyt på de fleste former for kritisk medieforståelse
- Leser mange aviser og er svært nyhetsinteresserte
- De med høyere utdanning, høy inntekt, yngre og menn er overrepresentert, selv om omtrent en firedel av gruppen har lav utdanning
- I gruppen 30 til 44 år har en stor andel høy kritisk medieforståelse. De scorer godt både på analoge og digitale indikatorer. Over en tredel av de med høy kritisk medieforståelse er i denne aldersgruppen
- De over 60 år er underrepresentert i denne gruppen



Høy kritisk medieforståelse: Menn 30 – 44 år er i flertall



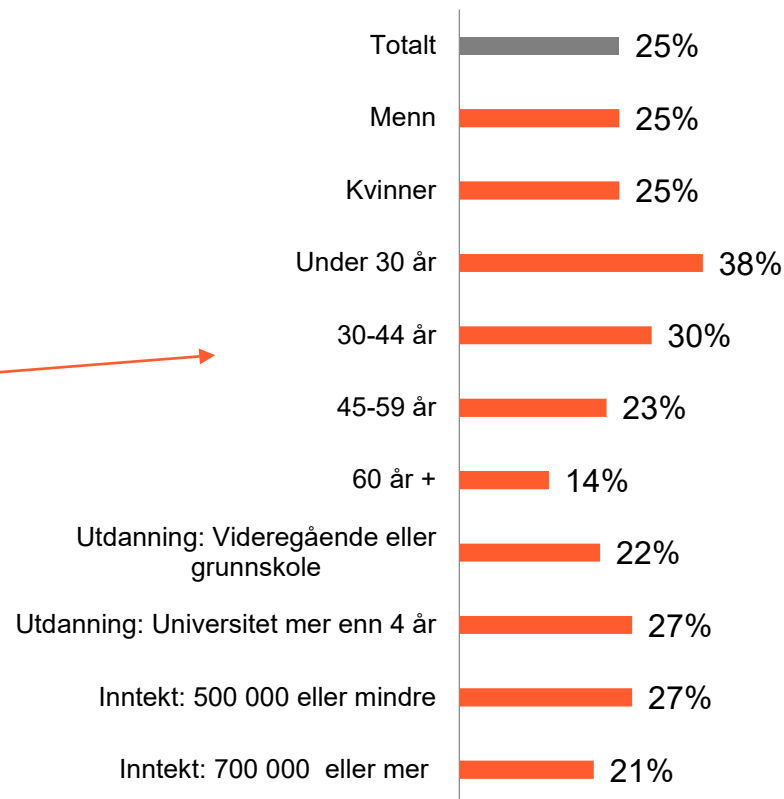
Eldres kritiske medieforståelse

Få eldre sjekker flere medier og kilder

Spørsmål: Tenk at du vurderer å ta influensavaksine. Noen medier hevder at mange opplever bivirkninger av vaksinen, andre medier bestrider at det oppstår bivirkninger. Hva ville du gjort før du bestemte deg?



Hvilke grupper skiller seg ut ved å bruke mer avanserte metoder for meningsdannelse (25%).



De eldre bruker få metoder for informasjonssøk

På spørsmålet om influensavaksine (se side 20), ser vi at de eldre oftere velger å forholde seg til offentlige myndigheters råd eller til andre personer – ikke de medierelaterte metodene som er listet opp.

Det kan synes som om eldre har mindre selvtillit når det gjelder å finne ut av spørsmålet på egen hånd ved å sjekke mediekilder, for eksempel ved å søke på Google, sjekke med andre medier de stoler på eller sjekke flere medier før de gjør seg opp en mening.

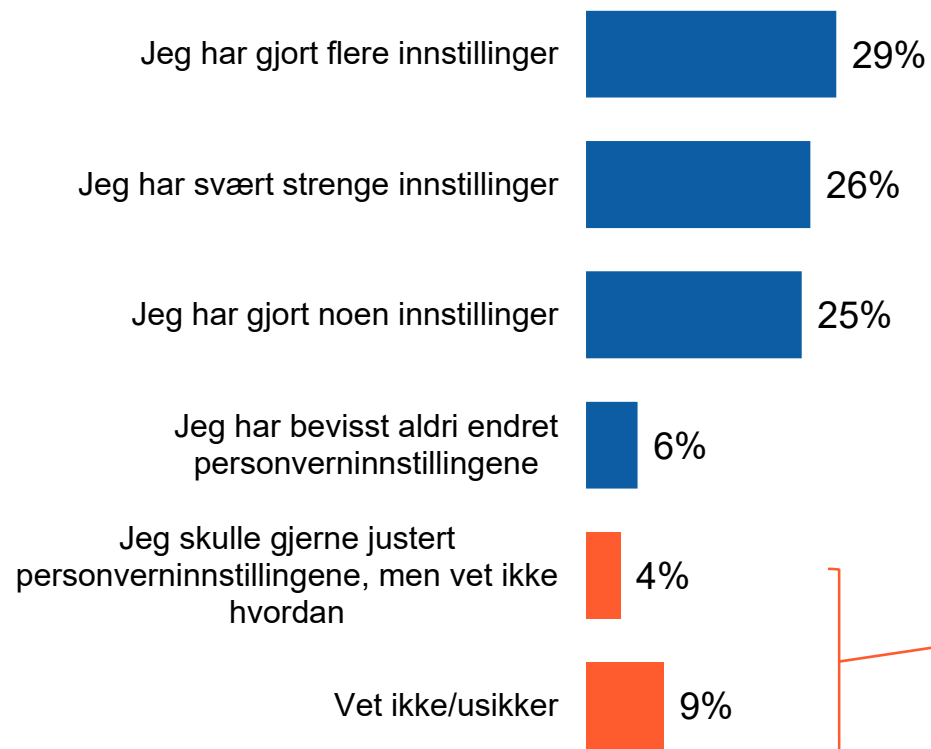
Mens de eldre velger FÅ metoder og er underrepresentert på samtlige metoder bortsett fra å sjekke med offentlige myndigheter og «andre metoder», svarer de under 30 år at de ville benyttet MANGE metoder og er overrepresentert på alle medierelaterte metoder. De eneste metodene de unge ikke er overrepresentert på er altså «sjekke med offentlige myndigheter» og «sjekke med andre».

De under 30 er også klart overrepresentert blant de som «ville sjekket kildene som journalisten har brukt». Tre ganger så mange under 30 år svarer at de ville gjort dette enn i gruppen over 60 år.

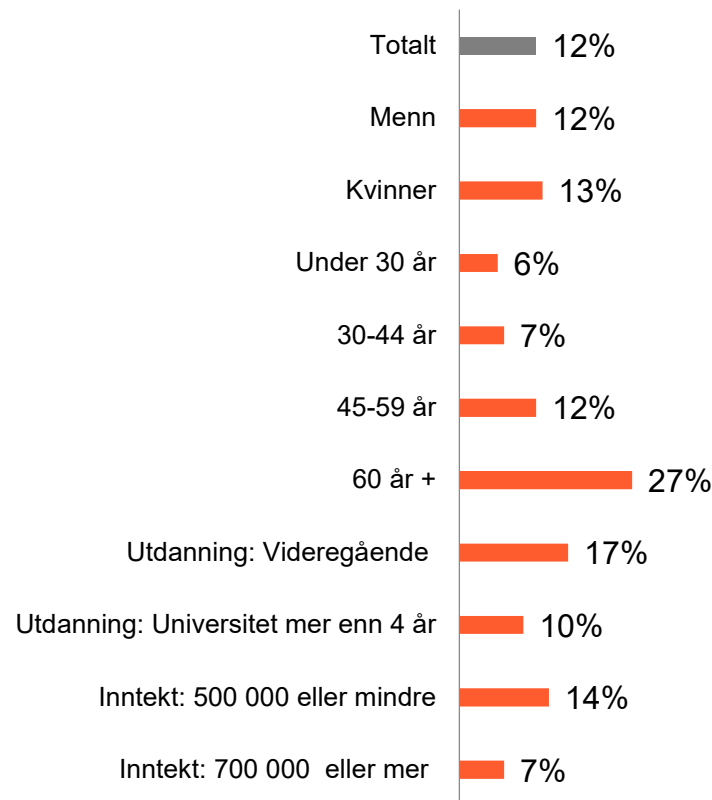
De unge bruker flere metoder for å undersøke og finne informasjon. Samtidig virker de eldre mer usikre når det gjelder å velge og stole på digitale kilder og metoder.

Eldre evner i mindre grad å verne personlige opplysninger digitalt

Spørsmål: Hvilken påstand beskriver best dine personverninnstillinger på Facebook?



Hvilke grupper skiller seg ut med lav forståelse. Evner ikke å gjøre tiltak for å verne personlige opplysninger (12%)



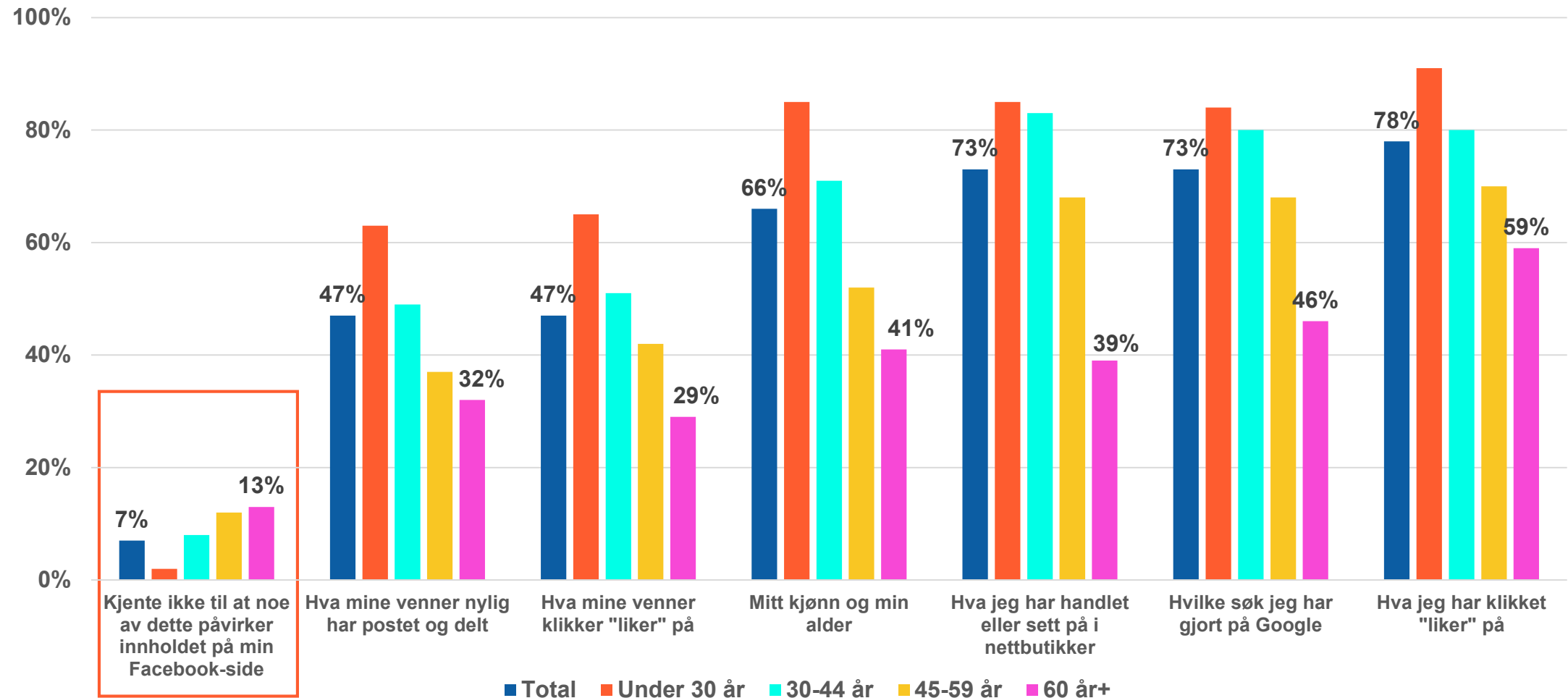
Flest eldre har problemer med å justere personverninnstillingene

Det er en klar overvekt av de over 60 år som ikke behersker å justere personverninnstillingene på Facebook. Spørsmålet er stilt kun til de som bruker Facebook månedlig eller oftere. I befolkningen er det kun 12 prosent som har problemer med å justere personverninnstillingene. Blant de eldre er andelen over dobbelt så høy.

Av de som har «gjort flere innstillinger» og «svært strenge innstillinger» er gruppen under 45 år klart i overvekt. Denne gruppen har vokst opp med det digitale og synes å ha bedre kunnskap om mulige konsekvenser av ikke å beskytte seg. De vet hvordan justeringene utføres og føler seg tryggere på at det vil fungere. De kan dermed - i større grad enn de eldre - utforske og utfordre mulighetene som finnes på nettet generelt og i sosiale medier. Utforskningen kan også føre til negative opplevelser, men samtidig har de under 45 år bedre kunnskap om og beredskap for å håndtere slike opplevelser.

De eldre har lavere forståelse for hvilke aktiviteter som påvirker innholdet på Facebook

Spørsmål: Hva av det følgende var du klar over påvirker innholdet på din Facebook-side?



Eldre har lavest kunnskap om hvordan digitale spor påvirker deres Facebook-side

70 – 80 prosent av befolkningen er bevisst på at deres digitale spor på nettet påvirker innholdet på deres Facebook-side. Slik spor kan være hva de trykker «liker» på, hva de søker etter og hva de handler på nettet.

To tredeler er klar over at kjønn og alder kan påvirke hva slags digitalt innhold vi får og ser. Derimot er under halvparten klar over at hva våre venner klikker på og poster kan påvirke våre Facebook-sider. Dette viser en usikkerhet knyttet til at atferd på nettet påvirker innholdet vi eksponeres for.

Omtrent 20 prosent er ikke bevisst på at egen atferd på internett og sosiale medier påvirker hvilket innhold de eksponeres for på egen Facebook-side. De eldre er overrepresentert blant disse.

En viktig del av dette bildet er at en langt større andel av de eldre ikke er på Facebook og dermed heller ikke har hatt samme mulighet til å erfare disse mekanismene.



Eksempel på oppgave i undersøkelsen

For å sjekke befolkningens kompetanse på kildekritikk, fikk respondentene i oppgave å skille mellom ulike typer kilder og tekst. For eksempel:

Til høyre ser du resultatet av Google-søket "Vaksine mot meslinger"

Hvilke av søkeresultatene som kommer opp er henholdsvis...

- 1 Redaksjonelt nyhetsinnhold (ikke reklame/kommersielt)
- 2 Kommersielt innhold, annonse eller reklame
- 3 Blogg
- 4 Leksikon
- 5 Sosiale medier
- 6 Fra politisk parti
- 7 Informasjon fra det offentlige/myndighetene
- 8 Vet ikke

Under ser du resultatet av Google-søket "Vaksine mot meslinger". På de neste sidene ber vi deg definere hvilke kilder søkeresultatene er hentet fra.

The screenshot shows a Google search page for the query "vaksine mot meslinger". The search bar is at the top, and the results are listed below. The first result is an advertisement for "Vaksine mot meslinger" from Sentrum Reisemedisin i Oslo. The second result is a news article from FHI about MMR-vaksine for children. The third result is from NHI.no about the MMR vaccine. The fourth result is from Sentrum Reisemedisin in Bergen. The fifth result is from Dinside.no about adults getting MMR vaccines. The sixth result is from Forskning.no about vaccination rates. The seventh result is from Wikipedia about the MMR vaccine. The eighth result is from helsenorge.no about the MMR vaccine. The ninth result is from Sykepleien about vaccination rates.

Google vaksine mot meslinger

Alle Bilder Nyheter Google Maps Shopping Mer Innstillinger Verktøy

Omtrent 80 600 resultater (0,32 sekunder)

Vaksine mot meslinger | Sentrum Reisemedisin i Oslo | reisemedisin.no
Annonse www.reisemedisin.no/vaksine 22 52 10 10
Vaksinasjonsklinikk i Oslo som tilbyr vaksine mot meslinger. Ring oss i dag! Kort ventetid. Studentrabatt. Konkurransedyktige priser. Høy kompetanse. Typ: Barnevaksine, Hepatitt A.

Vaksine mot meslinger, kuma og røde hunder (MMR-vaksine) - FHI
<https://fhi.no/.../vaksine/barnevaksinasjonsprogrammet/vaksinene...barnevaksinasjons...>
15. mar, 2018 - Barnet får tilbud om MMR-vaksine mot meslinger, kuma og røde hunder når det er 15 måneder og på 6. klassesetrinn (ca 11 år).

MMR - vaksinen - NHI.no
<https://nhi.no/familie/barn/barne-og-ungdomsvaksinasjon/mmr-vaksinen/>
Vaksinen mot meslinger, kuma og røde hunder er kjent under navnet ... MMR står for meslinger (measles), kuma (mumps) og røde hunder (rubella).

Vaksine mot meslinger - Sentrum Reisemedisin - Bergen, Oslo ...
<https://www.reisemedisin.no/vaksine/meslinger/>
Meslinger er en av de mest smittsomme sykdommene vi vet om. En dose MMR gir varig beskyttelse hos ca 95 % av de vaksinerte.

Vaksine mot meslinger - Voksne bør også ta meslingvaksine før ...
<https://www.dinside.no/reise/voksne-bor-ogsa-ta-meslingvaksine-for.../69833680>
26. mai 2018 - Det er godt kjent at barn bør vaksineres mot meslinger, men FHI anbefaler også voksne å ta den såkalte MMR-vaksinen, spesielt hvis de er født ...

Mange er ikke fullt ut vaksinert mot meslinger - Forskning.no
<https://forskning.no/sykdommer-ny...helse/...er...vaksinert-mot-meslinger/298427>
5. jan. 2018 - De aller fleste barn i Norge er vaksinert mot meslinger. ... aldersgruppene som hadde fått MMR-vaksine (meslinger, kuma og røde hunder).

MMR-vaksine – Wikipedia
<https://no.wikipedia.org/wiki/MMR-vaksine>
MMR-vaksinen er en immuniserende vaksine mot kuma, meslinger og røde hunder. Navnet kommer av de engelske navnene på sykdommene: Mumps, ...

MMR-vaksine - helsenorge.no
<https://helsenorge.no/vaksiner/mmr-vaksine>
7. apr. 2015 - Vaksinen mot meslinger, kuma og røde hunder kalles MMR-vaksine. Den gir langvarig beskyttelse. Første dose blir vanligvis gitt ved 15 ...

Oppfordrer ansatte til å la seg vaksinere mot meslinger | Sykepleien
<https://sykepleien.no/2018/01/oppfordrer-ansatte-til-la-seg-vaksinere-mot-meslinger>
5. jan. 2018 - Derfor regner man med at de født før 1960 er naturlig immune mot sykdommen. Men etter at vaksinen mot meslinger kom i 1960, ble meslinger ...

Kun 3 av 10 eldre definerer alle søkeresultater riktig

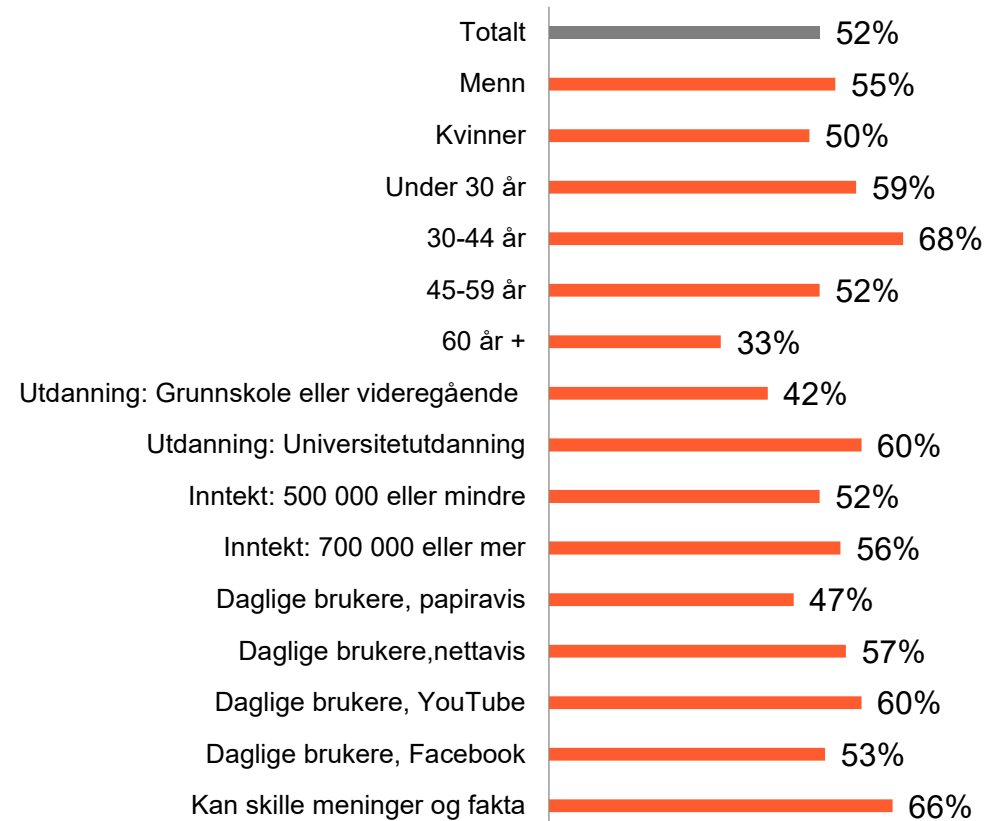
8 av 10 klarte å definere riktig teksttype/kilde for de ulike søkeresultatene.

Det er liten forveksling mellom kommersielle- og redaksjonelle kilder, men vanligere å forveksle redaksjonelle, partipolitiske og offentlige kilder.

Alder og utdanning utgjør de tydeligste skillene. Gruppen 30 – 44 år er best på definere søkeresultater. Nesten 7 av 10 svarer riktig på alle søkeresultater, mot omtrent 3 av 10 hos de over 60 år.

7 av 10 i gruppen 30-44 år definerer alle søkeresultater riktig. Grovt sett er dette aldersgruppen som har lengst erfaring med digitale og sosiale medier. Denne gruppen var unge voksne da disse «nye» mediene kom for 10 – 15 år siden.

Høy forståelse: Har riktig kilde/teksttype på alle søkeresultat

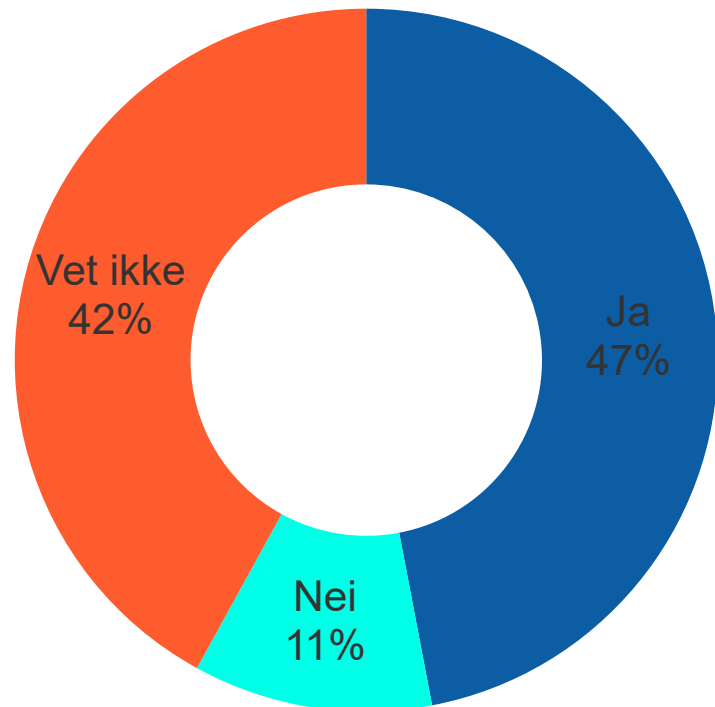


(Base: n=707)

Falske nyheter

Halvparten har kommet over en usann/falsk nyhet siste 12 måneder

Spørsmål: Har du i løpet av de siste 12 månedene kommet over en usann/falsk nyhet?



(Base: N= 1363)

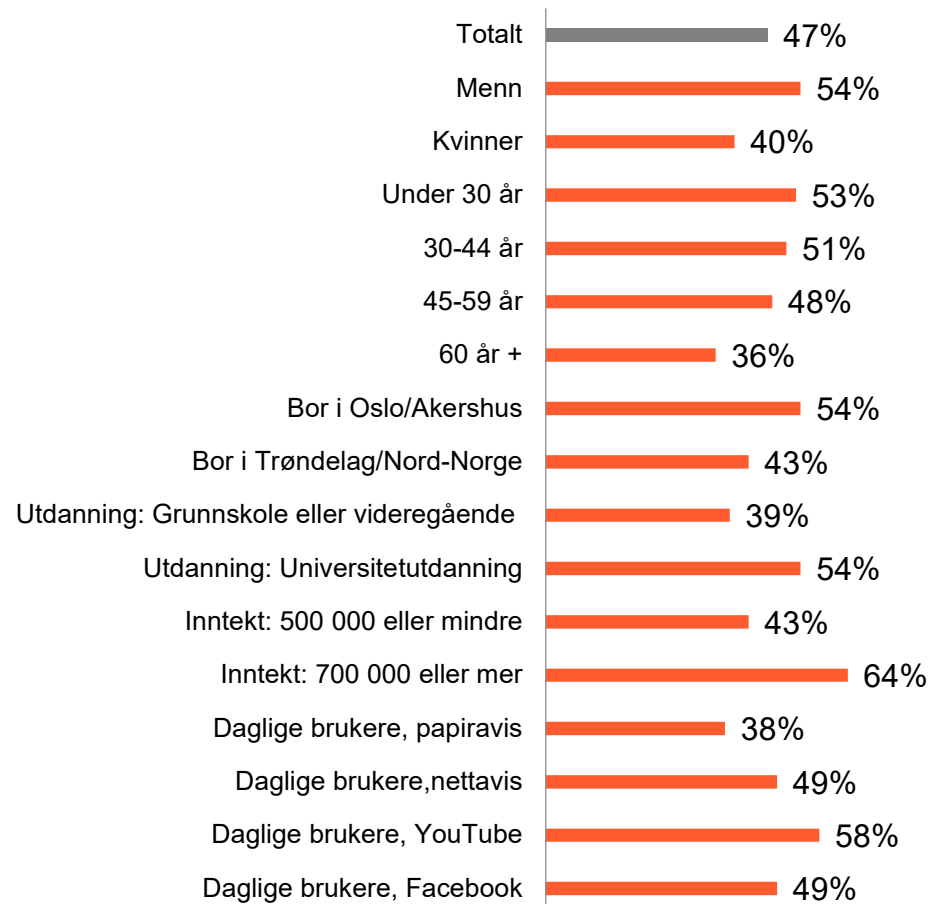
Spørsmål: Tenk på den siste usanne/falske nyheten du kom over: Hvordan oppdaget du at nyhetsaken var usann/falsk?



(Base: n= 636) De som svarte «ja» på om de har kommet over usann/falsk nyhet siste 12 måneder

Flest unge menn har kommet over falske nyheter

Har kommet over usann/falsk nyhet siste 12 måneder



(Base: n=641)

Begrepet «falske nyheter» er et mye omtalt fenomen som det er vanskelig å gi en presis definisjon på. Det dreier seg om nyhetsliknende opplysninger med uriktig, mangelfullt eller bevisst villedende innhold eller med falsk avsender som lages og spres gjennom ulike (primært digitale) nyhetskanaler og sosiale medier. Det dreier seg om bevisst desinformasjon med hensikt å tjene en interesse, det være seg penger eller innflytelse.

Vi finner tydelige skiller i hvem som oppfatter å ha kommet over falske nyheter. Siden en stor del av de falske nyhetene publiseres i digitale kanaler, er det kanskje ikke overraskende at flest unge opplever seg eksponert for dette. Vi ser at en langt høyere andel av de som bruker Youtube til daglig sier at de har kjennskap til falske nyheter enn daglige papiravislesere.

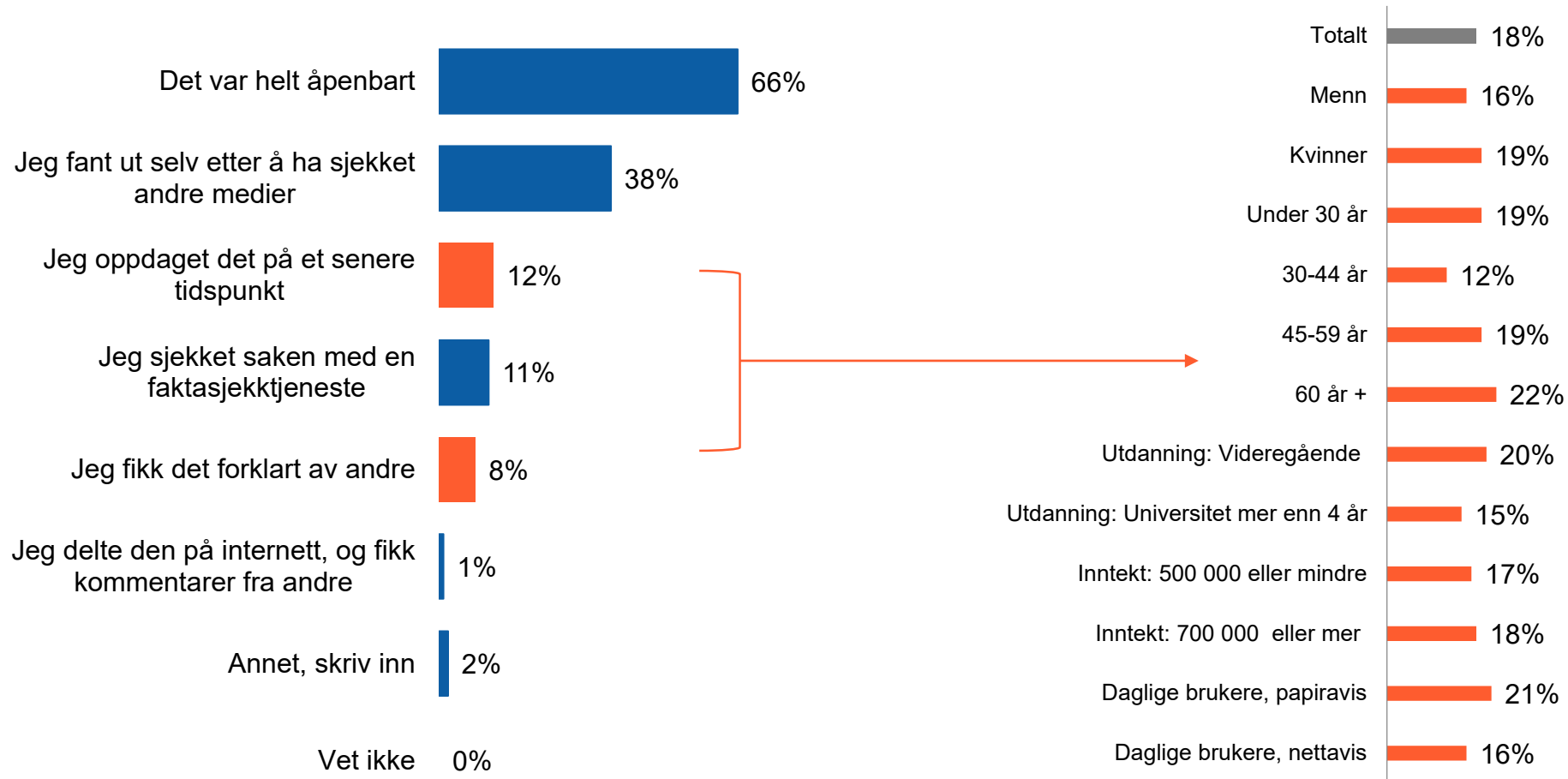
Vi ser også tendenser til at de med høy utdanning og inntekt som bor i bynære strøk også enten eksponeres oftere for - eller er flinkere til å avsløre falske nyheter.

Når vi ber respondentene redegjøre for hvordan de oppdaget at (den siste) nyhetssaken var usann/falsk (se forrige side), svarer to av tre at «det var helt åpenbart», altså som en ryggmargsrefleks. Det er en overvekt av de unge som gir uttrykk for å ha denne ryggmargsrefleksen. 1 av 3 svarer at de aktivt sjekket kilden for å vurdere sannhetsgehalten i saken. 1 av 10 sjekket faktatjenester og 2 av 10 oppdaget det senere eller fikk det forklart av andre. Vi ser at de eldre i større grad «oppdaget at saken var usann på et senere tidspunkt».

Flere eldre enn yngre oppdaget senere at nyheten var falsk

Spørsmål: Tenk på den siste usanne/falske nyheten du kom over:
Hvordan oppdaget du at nyhetssaken var usann/falsk?

Hvilke grupper skiller seg ut med evne til å avsløre falske nyheter, ved at de «oppdaget senere at saken var usann» eller «fikk det forklart av andre» (9% av befolkningen, 18% av de som har kommet over usanne/falske nyheter siste 12 måneder)



(Base: n= 696)

Spørsmålet går til de som har kommet over usanne/falske nyheter siste 12 måneder

I en test sliter 4 av 10 med å avdekke en falsk nyhet



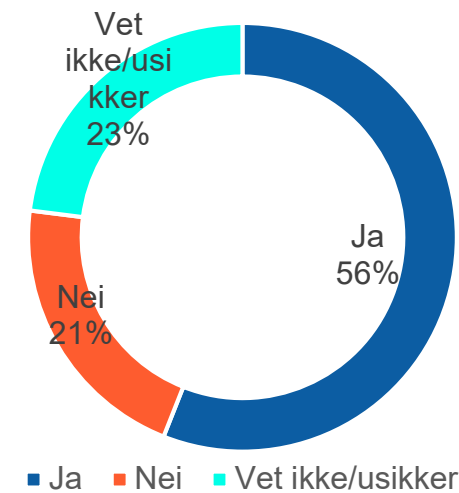
I en test gjennomført i undersøkelsen, ble samtlige respondenter eksponert for en usann/falsk sak som var publisert på nettstedet Aftenstidende.com. Dette er et nettsted som publiserer en lang rekke nyhetslignende saker, men som nederst med liten skrift omtaler seg som en humor- og satire-side. Mange saker fra siden blir delt i sosiale medier, hvor enkelte saker vekker engasjement (etter kommentarfeltene å dømme), fordi det ikke kommer tydelig frem at sakene er «humor og satire».

Nettstedet synes å være finansiert av såkalt programmatisk reklame. Mye av reklamen virker å være fra legitime selskaper, alt fra reelle advokatkontor til entreprenørselskaper.

Saken i testen omhandler helseministerens planer om å trekke alle snusmerker som er tilsatt smak. Selv om saken er fiktiv fremstår den i en forholdsvis seriøs kontekst, med nyhetslignende seriøst språk og mange av de vanlige kjennetegnene vi finner hos et seriøst nettsted. By-line mangler.

56 % svarte at de mistenkte saken for å være usann/falsk mens de leste. 21 % svarte at de ikke tenkte på dette. 23% var usikre.

Spørsmål: Fikk du mistanke om at nyhetssaken du leste var falsk/usann?



Eldre er dårligst til å avsløre falske nyheter

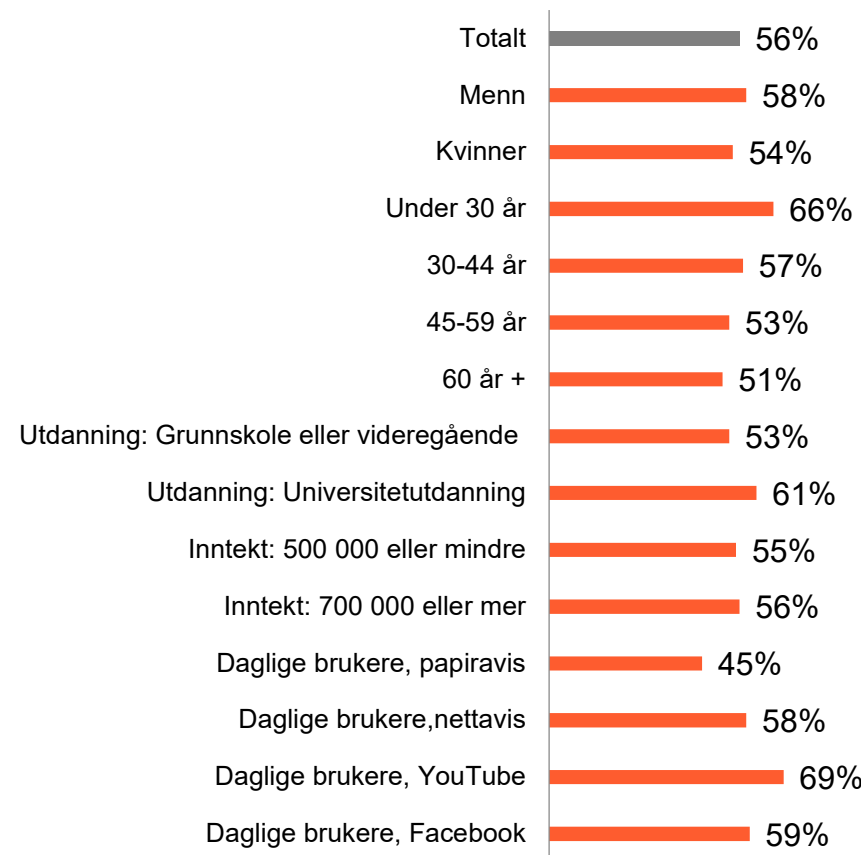


I denne konkrete saken avslører 51 % over 60 år den falske nyheten, mens tilsvarende tall for gruppen under 30 år er 66 %.

En høyere andel unge menn gjennomskuer det fiktive med nyheten.

Saken har versert i sosiale medier over en periode. Faktisk.no skriver at artikkelen hadde over 2000 kommentarer, 800 reaksjoner og over 300 delinger på Facebook da saken ble behandlet av Faktisk.no. En høy andel av disse gjennomskuer åpenbart ikke at dette dreier seg om en falsk nyhet (Se bilde til venstre).

Høy forståelse: Evner å avsløre den falske nyheten



Hentet fra faktisk.no. 5 august 2018:
<https://www.faktisk.no/faktasjekker/egV/snus-med-smak-blir-forbudt-fra-1-oktober-trekkes-over-60-snus-merker-fra-markedet>

Unge bruker mer avanserte digitale metoder enn de eldre

En langt høyere andel av de unge og digitalt trente hevder å ha en sterkere beredskap for å avsløre falske nyheter. I denne gruppen er det en overvekt av personer som bruker mer avanserte metoder som å sjekke faktatjenester, adresse/URL, https eller IP-adresse for å avgjøre om informasjonen er troverdig.

De eldre over 60 år er underrepresentert når det gjelder alle metoder som kan bidra til å avklare nyhetens troverdighet. De unge er overrepresentert, med unntak av metoden «forhørt meg med andre».

Det er vanskelig å si om det å ha denne type beredskap gir noen garanti mot å bli villedet, men det kan se ut til at de unge har høyere «digital selvtillit» og anser det som en økt sikkerhet mot å bli lurt.

De eldre stoler i mindre grad på egne metoder og evner for å avsløre usanne/falske nyheter. De ser seg i større grad tjent med å «forhøre seg med andre» for å være sikre på at de ikke blir villedet.

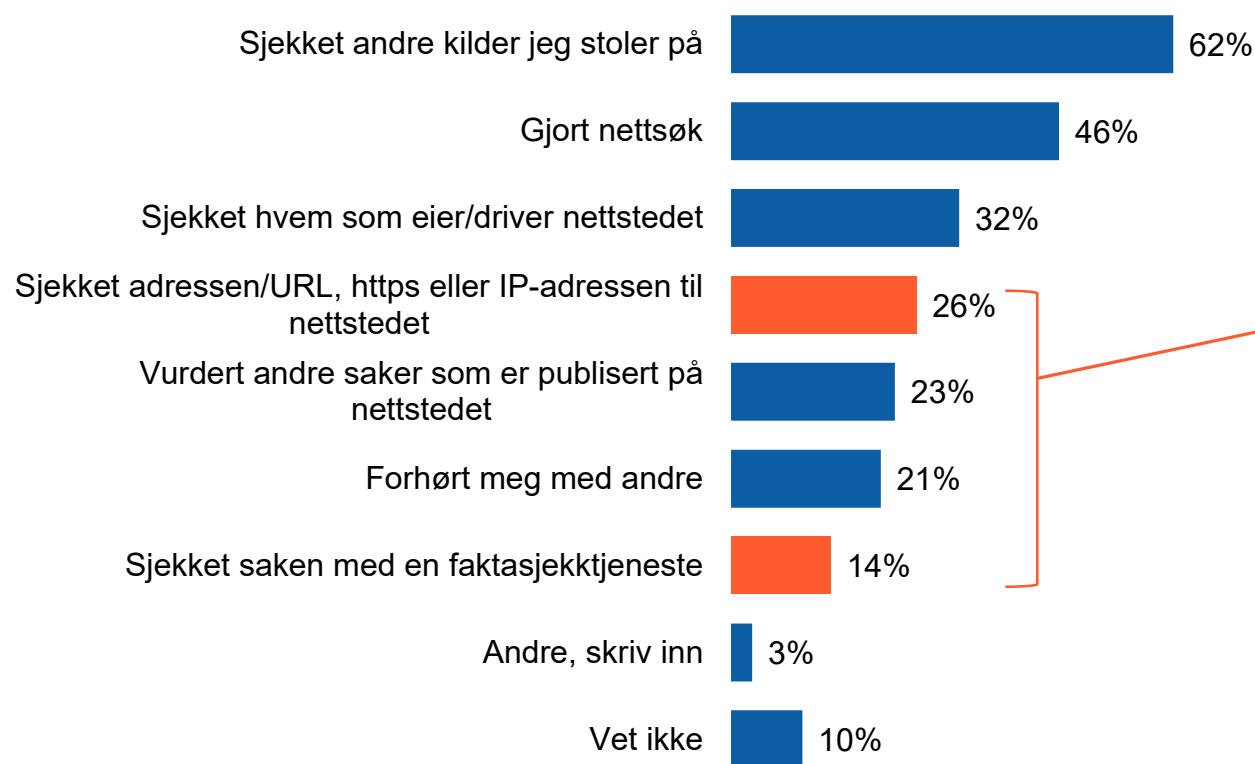
Kun 3 av 10 av de over 60 år ville for eksempel «gjort nettsøk» for å verifisere sannheten til en nyhetssak. Hos de under 30 år er andelen dobbelt så høy. Andelen som ville «sjekket adressen/URL, https eller IP-adressen til nettstedet» er fire ganger så høy hos de under 30 år som hos de over 60.

Blant dem som avslører nyheten som usann/falsk, finner vi en overvekt med høy utdanning.

Blant dem som tar i bruk mer avanserte metoder for å avsløre usanne/falske nyheter finner vi også en høyere andel med høy utdanning.

De med høy kritisk medieforståelse bruker avanserte metoder for å sjekke om en nyhet er falsk

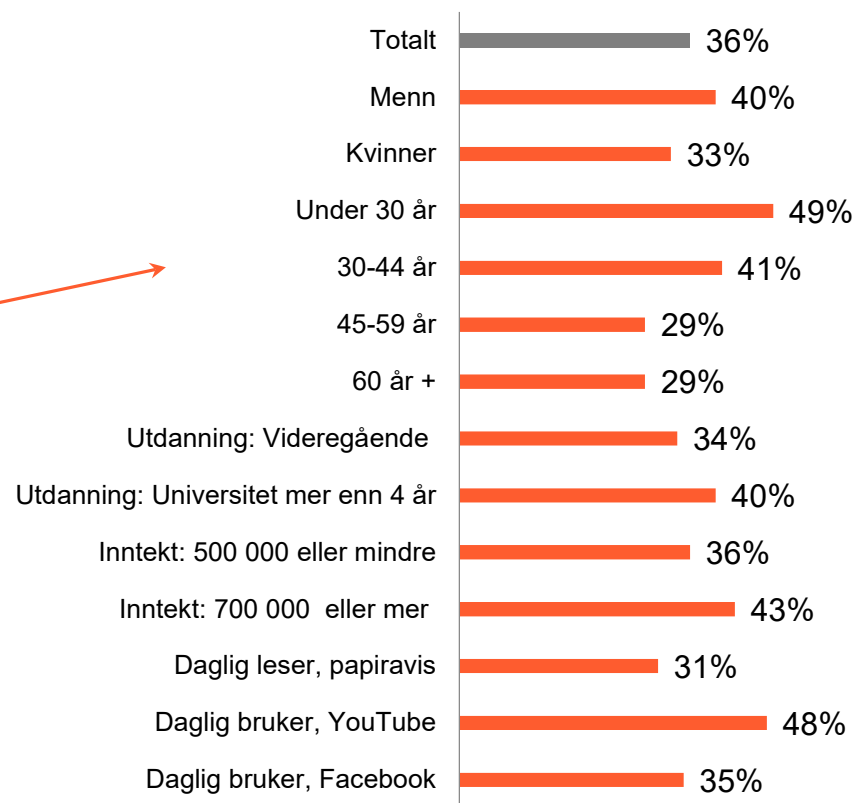
Spørsmål: Dersom du mistenkte en nyhetssak for å være usann/falsk, hva av det følgende ville du gjort?



(Base: n= 1363)

Spørsmålet går til alle

Hvilke grupper skiller seg ut med høy kritisk forståelse gjennom bruk av avanserte metoder som å sjekke faktatjenester, adresse/URL, https eller IP-adresse (36%)



(Base: n= 491)

Formål og metode

Formål og metode

Hovedmålet med undersøkelsen er å etablere et rammeverk med relevante måleparametere som gjør det mulig følge utviklingen i befolkningens kritiske medieforståelse over tid. Siden det er første gang Medietilsynet gjennomfører en slik undersøkelse, blir den å betrakte som en «nullpunktsmåling»; altså et startpunkt som framtidige undersøkelser kan måles opp mot.

I forkant av kommende undersøkelser vil vi vurdere hvordan de ulike spørsmål og parametere i den første undersøkelsen har fungert, og gjøre eventuelle justeringer der det vurderes hensiktsmessig og nødvendig.

Undersøkelsen er utviklet av Medietilsynet i samarbeid med Kantar Media og medieforskere ved Universitetet i Bergen, og er gjennomført av Kantar Media.

- Feltperiode: 5. mars til og med 18. mars 2019
- Antall intervjuer: 1363
- Universet for undersøkelsene er befolkningen i Norge 16 år +
- Undersøkelsen er gjennomført via e-post
- Data på personnivå vektet på alder, kjønn og utdanning. 1 prosent av befolkningen tilsvarende 43 206 personer 15 år+
- Svarprosent: 42 prosent
- Alder: Undersøkelsen omtaler konsekvent de under 30 år som «unge» og de over 60 år som «eldre»

Avgrensning: Indikatorer på kritisk medieforståelse

- Medietilsynet ønsker mer kunnskap om den kritiske medieforståelsen i ulike deler av befolkningen for å kunne målrette tiltak og se utviklingen over tid. Medietilsynet vil «...etablere et rammeverk med gode måleparametere, som kan bli en nasjonal standard for å måle kritisk medieforståelse i befolkningen».
- På bakgrunn av Medietilsynets intensjon med undersøkelsen, er det sentralt å se på hvilke grupper som skiller seg ut med lav eller høy forståelse. Mange av fenomenene vi snakker om er krevende å måle fordi de omfatter holdninger og kompetanse som kan framstå abstrakt og vanskelig å omsette i konkrete handlinger. Vi har derfor valgt å fokusere målingene rundt en rekke indikatorer. Følgende indikatorer inngår i undersøkelsen:

| | |
|---|---|
| Evner å vurdere viktige nyhetskilder | Evner å avdekke Innholdsmarkedsføring |
| Evner å vurdere tillit til ulike medier | Bevissthet om algoritmer, og hvordan dette påvirker innholdet |
| Evner å vurdere troverdigheten til ulike medier | Evner å skille mellom redaksjonelt og kommersielt innhold |
| Evner å vurdere tegn på troverdighet | Bevissthet om hvordan mediene finansieres |
| Evner å skille meninger og fakta | Bevissthet om hvem som eier mediene |
| Evner å bruke medier til å orientere seg i samfunnet | Vet hvordan og hvor man går frem for å klage eller hente hjelp i relasjon til medier |
| Evner å avdekke ulegitime måter å formidle nyheter (falske nyheter) | Kjenner reglene for straffbare ytringer (potensiell pedagogisk rolle overfor andre, barn, omgivelser) |
| Evner å skille kilder/teksttyper fra hverandre | Evner å publisere innhold uten å bryte opphavsretten. |
| Evner å bruke mediene til å danne egen oppfatning om politikk/samfunn | Evner å verne seg gjennom personverninnstillinger |
| Bruker et variert utvalg av nyhetskilder | Evner å verne seg mot mobbing, trusler, trakassering, svindel etc. |
| Bruker nyhetskilder som har annerledes standpunkt eller kan utdype forståelse | Evner å verne seg mot svindel |
| Evner å vurdere sannhetsgehalten på nyheter via søk på nettet | |
| Evner og ser betydningen av å bruke flere ulike medier nå man skal forstå en sak | |
| Evner og ser betydningen av å finne hvilke medier/kilder som er opphav til saker på internett | |
| Evner å vurdere sannhetsgehalten på nyheter før deling på internett. | |

Kontaktinformasjon

Medietilsynet er ansvarlig for undersøkelsen.

Kontaktpersoner:

Kristine Meek (Medietilsynet)
kristine.meek@medietilsynet.no

Salve Nergården Jortveit (Kantar)
Salve.Jortveit@kantar.no

Hallvard Moe (Institutt for informasjons- og medievitenskap ved Universitet i Bergen)
hallvard.moe@uib.no