



«Har det faktisk skjedd?»

Ungdommers forhold til nyheter
og informasjonssøk

Rapport på bakgrunn av kvalitative intervjuer med 13-15-åringer



©Medietilsynet
Ansvarelig for rapporten: Medietilsynet
Intervjuer og utvalg: Norstat, moderator Tonje Gotschalksen
Skribent: Silje Berggrav
Design og layout: Ina Rød Engelstad / Fauna Media



Innhold

Forord	4
Om undersøkelsen	5
Oppsummering	6
Informasjonssøk i endring – hvem stoler ungdommene på?	7
TikTok gir kjapp og lett informasjon om «alt»	8
Flytende forståelse av hva som er en nyhet	10
«Å følge med på nyheter er for gamle folk»	12
Stoler (stort sett) mer på redaktørstyrte medier	14
Kritiske til informasjon og vant til å dobbeltsjekke	16
Det nære og personlige gir større grunn til å sjekke	17
Skeptiske til medier som jobber hardt for å nå unge	19
Mener falske nyheter kan være overalt – også i VG	20
Dette ønsker ungdommene seg	22



Forord

En del av Medietilsynets oppdrag er å bidra til at barn og unge får en trygg digital oppvekst, som både sikrer retten til informasjon, deltakelse og ytringsfrihet, og kravet til beskyttelse. For at dette arbeidet skal være kunnskapsbasert, gjennomfører vi jevnlig både kvantitative og kvalitative undersøkelser. Her kartlegges så vel barn og unges digitale medievaner og erfaringer, som foreldres vurderinger relatert til tematikken.

Ett av temaene som er kartlagt i undersøkelsen Barn og medier 2024, er barn og unges forhold til nyheter og informasjonssøk. Undersøkelsen viser at hele 95 prosent av norske 9-18-åringene får med seg nyheter i en eller annen form. Sosiale medier er kanalen der barn og unge hyppigst konsumerer nyheter – vel halvparten svarer at de ofte får med seg nyheter fra for eksempel Snapchat eller TikTok. Tilsvarende tall for TV er 32 prosent, mens kun 14 prosent ofte bruker en nettavis som nyhetskilde. Ifølge undersøkelsen, har 66 prosent av 13-18-åringene kommet over nyhetssaker på nett de siste seks månedene som de mistenkte at var usanne. De fleste har sett disse sakene i sosiale medier. Barn og medier 2024 indikerer videre at tradisjonelle søkemotorer, som Google, i mindre grad enn tidligere brukes når de unge søker etter informasjon. Denne nedgangen samsvarer med funn fra andre mediebruksundersøkelser.

For å finne ut mer om hva barn og unge legger i nyhetsbegrepet, hvordan de vurderer om kilder og saker er til å stole på og hva som ligger bak deres strategier for informasjonssøk på nett, har vi gjennomført kvalitative intervjuer med ti ungdommer i alderen 13-15 år. Kvalitative undersøkelser er ikke representative og gir ingen absolutte svar, men bidrar likevel med interessante perspektiver. Sett sammen med de kvantitative resultatene fra Barn og medier 2024, får vi i sum et godt innblikk i barn og unges forhold til nyheter.

Intervjuene bekrefter at sosiale medier er en sentral nyhetskilde for barn og unge. De ønsker rask og visuell informasjon, og er tiltrukket av influensere og personlige perspektiver som formidles gjennom sosiale medier. Flere av ungdommene vi snakket med, er klar over at redaktørstyrte medier skiller seg fra sosiale medier, med de oppsøker dem i liten grad som rutine. De har generelt høy tillit til tradisjonelle medier, men bruker disse nyhetskildene først og fremst til faktasjekk. Noen uttrykker skepsis til de redaktørstyrte nyhetsmedienes innhold i sosiale medier, og synes at dette kan virke mindre troverdig enn nyheter fra TV eller nettaviser.

Dagens ungdom er oppvokst med en enorm informasjonstilgang, og evigvarende feeder av levende bilder og lyd. Det er godt nytt at så mange unge konsumerer nyheter, og at det ser ut til å være en bevissthet både rundt forskjell på ulike typer medier og behovet for kildekritikk. Så er det store spørsmålet hvordan redaktørstyrte medier skal posisjonere seg for at de skal bli foretrukne nyhetskilder for fremtidens mediebrukere. Da må nok både innhold, formater og formidlingsmåter tilpasses de unges preferanser. Samtidig må de redaktørstyrte mediene klare å differensiere seg tydelig gjennom å synliggjøre sin viktige og unike rolle som pålitelige og troverdige nyhetskilder.

På vegne av Medietilsynet takker jeg ungdommene som har delt egne erfaringer og synspunkter gjennom dybdeintervjuene som ligger til grunn for denne rapporten.

Mari Velsand
direktør i Medietilsynet



Om undersøkelsen

Denne rapporten bygger på kvalitative intervjuer med ti ungdommer i alderen 13-15 år, om deres forhold til nyheter og informasjonssøk. Formålet med intervjuene var å gå mer i dybden med utgangspunkt i spørsmålene om disse temaene i undersøkelsen [Barn og medier 2024](#)

Ti ungdommer mellom 13 og 15 år rundt om i landet har i etterkant av den kvantitative undersøkelsen gjennom digitale intervjuer svart på spørsmål om hvordan de søker etter informasjon på nettet og om deres tillit til nyheter. Alle de ti ungdommene svarte på omtrent de samme spørsmålene. Intervjuene ble gjennomført med hver enkelt ungdom i august og september 2024.

Medietilsynet var oppdragsgiver og ansvarlig for valg av tema belyst i samtalen med ungdommene.

Analysebyrået Norstat hadde ansvar for rekruttering og gjennomføring av intervjuene, ved moderator Tonje Gotschalken. Rapporten er utarbeidet av Silje Berggrav.



Oppsummering

- Ungdommene vi snakket med, søker i stor grad informasjon via sosiale medier, særlig TikTok. Dette er for flere en primærkilde for informasjon. Den viktigste grunnen er at de ønsker raske, enkle og visuelle svar uten å måtte lese gjennom lange tekster og sponset innhold på Google. Flere stoler mer på tradisjonelle søkemotorer og nettsteder som Store norske leksikon til mer omfattende oppgaver som skolearbeid.
- Flere ungdommer har en bevissthet rundt hvordan algoritmer kan påvirke hva slags informasjon de blir eksponert for, og de forholder seg generelt kritisk til innholdet de ser på nettet. De er vant til å dobbeltsjekke informasjon de er i tvil om, med andre kilder. Dette kan tyde på at medieopplæring i ung alder hjelper dem med å identifisere desinformasjon.
- Samtidig er det flere som opplever at det er vanskelig å skille mellom nyheter og kommersielt innhold, også i redaktørstyrte medier. Enkelte ga uttrykk for at dette bidrar til å svekke tilliten og omtalte reklame som «falske nyheter».
- Enkelte av ungdommene fortalte at de har tillit til utvalgte influensere. De stoler på personer de opplever som autentiske og troverdige, gjerne basert på en følelse av at det er «skikkelige folk».
- Ungdommene definerte nyheter som informasjon som er ny, viktig og relevant, men de er også opptatt av hvor informasjonen kommer fra, og om den virker troverdig eller sensasjonell. De hadde en generell tillit til etablerte medier som VG, BBC, TV 2 og lokalaviser, spesielt når det gjelder dekning av alvorlige saker som krig og konflikter.
- Samtidig er noen ungdommer mer tiltrukket av de personlige perspektivene de får gjennom sosiale medier, som kan føles mer «ekte» når det kommer fra personer som selv er involvert i hendelsene.
- Flere av ungdommene er klar over at redaktørstyrte medier skiller seg fra sosiale medier, med de oppsøker dem i liten grad som rutine, det er først og fremst hvis de trenger en faktasjekk.
- Ungdom oppsøker ofte nyheter via sosiale medier som TikTok og Instagram for raske oppdateringer, men flere uttrykker skepsis til de redaktørstyrte nyhetsmedienes innhold på disse plattformene. De mener dette innholdet kan virke mindre troverdig enn nyheter fra plattformer som tv eller nettsider, særlig fordi innholdet på sosiale medier tilpasses for å gjøre det mer spennende og «ungdomsvennlig».



Informasjonssøk i endring – hvem stoler ungdommene på?

I Barn og medier 2024 kommer det fram at nær halvparten av 9–18-åringene søker etter informasjon via Google daglig, og 76 prosent gjør dette minst ukentlig. Sammenlignet med tidligere undersøkelser har hyppigheten i de som søker etter informasjon på nett, gått noe ned. Færre søker på nettet daglig, og flere gjør dette ukentlig eller sjeldnere.

I dybdeintervjuene med ungdommene nevnte de fleste Google og Safari som foretrukne søkesider for å finne generell informasjon.¹ De stoler på disse tradisjonelle plattformene for oppgaver som krever verifiserbare kilder, for eksempel når de skriver om en kjent norsk forfatter eller søker etter pålitelig informasjon om et reisemål. Store norske leksikon ble trukket fram av flere som en nettside med troverdige fakta de særlig kan bruke til skolearbeid. Den ble nevnt som motsetning til blant annet Wikipedia, som enkelte mente man ikke alltid kan stole på:

– Wikipedia er jo ikke helt troverdig, for den kan hvem som helst skrive på.

Gutt 13 år

– Jeg prøver å ikke gå inn på Wikipedia og sånn. Fordi det kan hende at det er falskt.

Jente 15 år

To av de ti ungdommene foretrakk ChatGPT fordi de får raske, forklarende svar uten å måtte filtrere gjennom irrelevant eller betalt innhold.

– Den forklarer hva den sier, med veldig gode grunner. Og når jeg spør den «Hvorfor valgte du dette?» Så gir den en veldig god forklaring på hvorfor den sa akkurat det.

Gutt 14 år

De trakk fram at ChatGPT både er tidsbesparende og langt mer presis enn andre søkefunksjoner:

– På Google må du gå inn på nettsiden, og så må du lese og lese veldig lenge. Helt til du kommer til den lille, lille delen der du lurte. Og noen ganger står ikke en gang svaret. Og så brukte du lang tid på å lese uten grunn.

Jente 13 år

Som nevnt var det bare to av de ti ungdommene som nevnte at de brukte ChatGPT for å finne informasjon. Begge fortalte at de brukte andre troverdige kilder for å dobbeltsjekke svarene de fikk fra ChatGPT. Enkelte av de andre ungdommene var skeptiske til å stole på ChatGPT som kilde for nyheter, selv om de var klar over at mange andre ungdommer bruker det.

¹ Flere av ungdommene sier at de går inn på Safari for å søke. Safari er Apples nettleser og ikke en søkemotor i seg selv. I realiteten er det Google ungdommene bruker som søkemotor via Safari.



«Jeg tror mange synes det er litt gammeldags å søke på Google og søke på VG og se hva som står der, at det er på en måte for mer eldre voksne.»

Jente 13 år



TikTok gir kjapp og lett informasjon om «alt»

Barn og medier 2024 viser at 75 prosent av 13–14-åringene er på TikTok og 81 prosent av 15–16-åringene.

Flere av ungdommene fortalte i intervjuene at de bruker TikTok for å finne informasjon, spesielt for å få raske oppdateringer om ulike emner, fra skjønnhetstips til fotball eller motiverende innhold. TikTok kan også brukes til å utforske reisemål, der videoer gir visuelle inntrykk av steder på en mer autentisk måte enn reiseartikler eller glansede brosjyrer. At videoene er kortere enn for eksempel på YouTube, gir TikTok et fortrinn.

– Du trenger ikke å se sånn ti-femten minutters video, fordi det pleier ofte å være på under tretti sekunder til ett minutt. Så du får det veldig sånn kort og lett.

Jente 13 år

Videoforformatet gjør at TikTok noen ganger er egnet til skoleoppgaver:

– Jeg kan søke på for eksempel Alfred Nobel. Søke kjapt på hva var det han gjorde? Jo, han fant ut om hvordan man lager dynamitt. Sånn lett forklart, for det er ofte bare ett minutt og en lærerik video.

Jente 13 år

Enkelte nevnte at det er mer effektivt å søke via TikTok, fordi de allerede er inne i appen, framfor å skifte til Google.

Ungdommene virket bevisst på at algoritmene forsyner dem med stadig mer av det de liker for



å holde på oppmerksomheten og holde dem i appen:

– *TikTok prøver så godt de kan å få meg til å bli interessert i videoene deres. Og det er på en måte greit hvis jeg vil se på noe, men det er også litt dumt, for da klarer jeg ikke å gå ut av appen, og da blir det veldig mange timer på TikTok.*

Jente 13 år

At algoritmene også kan fungere slik at de gir dem et mer filtrert svar på det de søker på, som tilpasses det de er interessert i, virker i liten grad å bekymre dem.

Enkelte trakk fram at TikTok også kan lære dem om tema de ikke aktivt søker etter:

– *Kanskje man skroller på TikTok, og så kommer det opp en eller annen kul fakta om et eller annet, andre verdenskrig liksom. Bare en nøytral ting som kan være kult å vite.*

Gutt 14 år

Flere uttrykte at hvor man søker etter informasjon, er et generasjonsspørsmål. På spørsmål om hvorfor de tror at det er en nedgang i Google-søk blant unge, mente de at sosiale medier har befestet seg som et naturlig sted for unge å finne informasjon:

– *Jeg tror mange synes det er litt gammeldags å søke på Google og søke på VG og se hva som står der, at det er på en måte for mer eldre voksne.*

Jente 13 år

Enkelte viste til at selv om de vet at det kan være «fake news» på TikTok, er ungdommer vant til å bruke TikTok. De kjenner denne plattformen bedre enn voksne og har høy selvtrillit når det gjelder å avdekke hva som er «fake» og hva som ikke er «fake».

En av ungdommene mente at TikTok gir mer troverdig informasjon enn Safari/Google, fordi hun anså at innholdet på Safari/Google i stor grad er sponset:

«Selv om jeg søker mye på Safari, kommer mesteparten av informasjonen fra salgsmenn, de som prøver å selge deg noe, selge deg hoteller eller vise deg noen pene biler. Mens på TikTok viser de virkelige mennesker som har dratt dit.»

Jente 13 år

– *Selv om jeg søker mye på Safari, kommer mesteparten av informasjonen fra salgsmenn, de som prøver å selge deg noe, selge deg hoteller eller vise deg noen pene biler. Mens på TikTok viser de virkelige mennesker som har dratt dit.*

Jente 15 år

Samtidig som noen var positive, uttrykte flere av ungdommene skepsis til informasjon de finner på sosiale medier, og viste til at mye av innholdet kan være misvisende eller upålitelig. De mente at sosiale medier heller ikke er særlig effektive som informasjonskilder:

– *Det er litt vanskelig å finne ting på TikTok hvis du skal finne akkurat det du vil ha. Da synes jeg Google er mye enklere, og det er mer sannsynlig at det du ser er sant.*

Jente 13 år

Bortimot alle fortalte at de dobbeltsjekker informasjon ved å bruke flere kilder, spesielt hvis de finner noe de synes er mistenkelig. De var klar over at plattformer som TikTok kan sensurere eller manipulere innhold og dobbeltsjekker derfor ofte informasjonen med andre kilder. Enkelte nevnte at de kunne sjekke kommentarfelt eller spørre venner for å verifisere om noe er sant. Hvis flere kilder sier det samme, anser de informasjonen som mer riktig og troverdig.



Flytende forståelse av hva som er en nyhet

Barn og medier 2024 fant at 95 prosent av 9–18-åringene får med seg nyheter, og eldre ungdommer er mer aktive nyhetskonsumenter enn yngre barn.

Sosiale medier er den kanalen barn og unge hyppigst får med seg nyheter fra. Halvparten får med seg nyheter i sosiale medier ofte. TikTok, Snapchat og YouTube er de sosiale mediene der flest barn og unge svarer at de får med seg nyheter.

Også i dybdeintervjuene beskrev ungdommene hvordan de får nyheter gjennom sosiale medier. Noen av dem oppga også at de fikk nyheter gjennom tradisjonelle nyhetskilder som VG eller TV 2, men da via deres sosiale medieprofiler.

I dybdeintervjuene ble ungdommene via en delt skjerm presentert for en blanding av ekte og fiktive overskrifter av typen: «Tante Maren har fått baby», «Ukraina har gått inn i Kursk», «Snapchat må kreve bank-ID», «Syk av solkrem», og «Andrew Tate spilte fotball med Trump». Ungdommene ble blant annet spurt om hvilke av overskriftene de ville klikket på, om og hvordan de ville visst hva de kunne stole på, og i hvilken grad de definerte de presenterte overskriftene som en nyhet.



Flere av ungdommene definerte en nyhet som «ny informasjon». For dem er en nyhet noe de ikke har hørt om før, og som ofte kommer til dem via sosiale medier eller andre kanaler. Flere mente et annet kriterium er at det er relevant for mange.

Flere av ungdommene definerte en nyhet som «ny informasjon». For dem er en nyhet noe de ikke har hørt om før, og som ofte kommer til dem via sosiale medier eller andre kanaler. Flere mente et annet kriterium er at det er relevant for mange.

– Noe som gjør en forskjell i samfunnet, at det endrer noe. For eksempel at Snapchat må kreve Bank-ID, det betyr jo at ikke alle har tilgang til Snapchat lenger. Men at noen har fått en baby

– det er nytt, men det er ikke like relevant for alle, eller for samfunnet.

Gutt 14 år

En nyhet kan også være noe som er knyttet til deres interessefelt, som fotball eller endringer i nærmiljøet eller på skolen:

– For eksempel nye tiltak på skolen eller nå har vi fått mobilfri skole, det er liksom noe stort.

Gutt 14 år



En av ungdommene mente en nyhet også kan være en privat hendelse som er ny informasjon for mottakeren:

– Hvis storesøster er blitt gravid, så hadde jo det vært en nyhet. Det er noe som er nytt for meg.
Jente 13 år

Andre trakk fram troverdigheten til avsenderen og kilden. Hvis informasjonen kommer fra en pålitelig kilde som VG, BBC eller TV 2, oppleves det som en nyhet. Hvis informasjonen kommer fra en mindre troverdig kilde, som visse TikTok-videoer, ble det i større grad sett som underholdning eller potensiell desinformasjon.

Videre var det enkelte av ungdommene som uttrykte usikkerhet rundt hva som regnes som nyheter og hva som er reklame:

– Si jeg er på Snapchat og ser på en video, så kommer det en liten reklame en gang iblant: «Prøv den nye Sunniva Juicen». Da prøver de jo å reklamere for en ny drikkesmak. Det blir jo på en måte en nyhet.

Gutt 13 år

Det tegner seg ikke et entydig bilde av hva ungdommene i intervjugruppen vurderer å være en nyhet. Det ser også ut til at grensene mellom nyheter og kommersielle budskap noen ganger kan være uklare for unge, særlig når reklame blir presentert på en måte som ligner nyhetsoppdrag.



«Å følge med på nyheter er for gamle folk»

Flere nevnte at de av og til bruker etablerte medier som VG, Dagbladet og TV 2 når de skal finne pålitelige nyheter.

Ingen av ungdommene oppga at de brukte NRK, Aftenposten eller andre større riksdekkende medier for nyhetssjekk. Et par av dem nevnte BBC. Flere fortalte også at de fulgte med i lokalavisen sin. Men hovedinntrykket er allikevel at ungdommene bruker utvalgte tradisjonelle medier først og fremst som kilde til faktasjekk, ikke som et sted for tilgang på daglige nyheter.

Bare et par av ungdommene oppga at de aktivt brukte nyhetsmedienes nettsider til å sjekke nyhetsbildet.

– Hvordan jeg i min hverdag får inn nyheter, det er på Instagram og sosiale medier. For det er ikke sånn at jeg går på VG og leter etter nyheter hvis jeg ikke har behov for det. Jeg føler ikke jeg har behov for å lete etter nyheter.

Gutt 14 år

De pekte på at barn og unge har vokst opp med sosiale medier og er vant til å underholdes. Å følge aktivt med på nyhetsmedienes nettsted er ikke like spennende for ungdom flest:

– Ungdom har jo lyst til å ha det mer gøy, ha noe å le av, noe interessant. Og de tenker sikkert at nyheter er noe kjedelig, noe som er bare for gamle folk.

Jente 13 år

Samtidig var det enkelte i utvalget som mente de var påvirket av foreldrene sine til å sjekke nyheter via nettsidene til tradisjonelle medier:

– Det har blitt vanlig for meg å gå inn på VG eller Drammens Tidende og sjekke ting der og ikke søke gjennom sosiale medier. Jeg hører jo alltid mamma sier sånn, «Jeg skal bare inn på VG og sjekke noe.» Helt fra jeg var liten har jeg hørt at de har gått inn på VG, så det har på en måte blitt vanlig for meg.

Jente 13 år

«Hvordan jeg i min hverdag får inn nyheter, det er på Instagram og sosiale medier. For det er ikke sånn at jeg går på VG og leter etter nyheter hvis jeg ikke har behov for det. Jeg føler ikke jeg har behov for å lete etter nyheter.»

Gutt 14 år



De fleste mente at sosiale medier gir dem muligheten til å holde seg oppdatert om hva som skjer i verden, spesielt fordi de selv ikke aktivt oppsøker nyheter. Ungdommene var generelt svært positive til TikTok som informasjonskilde. De pekte på at selv om TikTok inneholder mye misvisende eller irrelevant innhold, er det en viktig kanal for både verdensnyheter og tema som interesserer dem:

– *Fordi jeg er ikke en person som sjekker nyhetene, jeg er tenåring, vi får informasjonen vår om hva som skjer i verden fra TikTok. TikTok er ikke bare brukt for underholdning. Det er så mange ting som skjer rundt omkring i verden som vi ikke alltid tenker på, og så kommer det opp på «For You-pagen»² vår og vi får ny informasjon, vi får ny visdom, vi forstår ting bedre.*

Jente 15 år

Enkelte fulgte med på influensere som de mente kunne gi dem en oversikt over store og viktige verdensnyheter:

– *Jeg følger en engelsk person som legger ut alt som skjer i verden. Hvis det er noe viktige nyheter som skjer, så pleier jeg å få video av ham som snakker om krig. Hvis det akkurat har skjedd noe, så legger han det ut med en gang. Som krigen mellom Palestina, nei, Iran og Israel tror jeg.*

Jente 13 år



Enkelte fulgte med på influensere som de mente kunne gi dem en oversikt over store og viktige verdensnyheter:

«Jeg følger en engelsk person som legger ut alt som skjer i verden. Hvis det er noe viktige nyheter som skjer, så pleier jeg å få video av ham som snakker om krig. Hvis det akkurat har skjedd noe, så legger han det ut med en gang. Som krigen mellom Palestina, nei, Iran og Israel tror jeg.»

Jente 13 år

«Det har blitt vanlig for meg å gå inn på VG eller Drammens Tidende og sjekke ting der og ikke søke gjennom sosiale medier. Jeg hører jo alltid mamma sier sånn, «Jeg skal bare inn på VG og sjekke noe.»

Helt fra jeg var liten har jeg hørt at de har gått inn på VG, så det har på en måte blitt vanlig for meg.»

Jente 13 år

² For You-siden (FYP) til TikTok er en feed med innhold laget for en spesifikk bruker basert på en algoritme. FYP viser en blanding av videoer fra kontoer som brukeren følger, og andre videoer som plattformen tror brukeren vil like.



«Forskjellen er at redaktørstyrte medier, man kan stole mer på dem enn det som er på TikTok fordi det er dobbeltsjekket og sikkert trippelsjekket, at det er hundre prosent sant og at det er folk som har jobbet med å finne ut av de nyhetene.»

Gutt 15 år



Stoler (stort sett) mer på redaktørstyrte medier

Flere av ungdommene i intervjuene så ut til å ha en tydelig forståelse av redaktørstyrte medier som mer pålitelige enn sosiale medier.

De var bevisste på viktigheten av kildekritikk og foretrakk etablerte nyhetskilder, spesielt når det gjelder store og komplekse saker som kriger og globale hendelser.

– På TikTok kan egentlig alle folk i hele verden legge ut ting. For eksempel på VG og TV 2 er det bare journalister og sånne folk som faktisk vet hva som har skjedd, som legger ut ting.

Jente 13 år



Enkelte av ungdommene kjente ikke til begrepet «redaktørstyrte medier», men når de fikk det forklart, kunne de navngi ulike nyhetskilder de stolte på.

– Forskjellen er at redaktørstyrte medier, man kan stole mer på dem enn det som er på TikTok fordi det er dobbeltsjekket og sikkert trippelsjekket, at det er hundre prosent sant og at det er folk som har jobbet med å finne ut av de nyhetene.
Gutt 15 år

Enkelte av ungdommene var opptatt av at nyhetsmedier skal gi nøytral informasjon, ikke påvirke sterke meninger – for eksempel i saker som konflikten i Gaza.

– Jeg tenker at nettaviser, de velger jo ikke en side de heier på. Men folk på sosiale medier er jo ganske klare på hvem sin side de er på.
Jente 13 år

– Da kan jeg reflektere og gjøre meg opp min egen mening i stedet for å bli påvirket av andres.
Gutt 15 år

Andre mente at redaktørstyrte medier kan virke distanserte og mindre virkelighetsnære, spesielt i deknningen av kriger som Gaza-konflikten. De hadde større tillit til informasjon fra personer som opplever hendelser direkte, og mente at denne typen innlegg i sosiale medier gir et mer autentisk og umiddelbart perspektiv enn det som ofte formidles av etablerte nyhetskanaler.

– På TikTok får jeg ikke bare faktaene, jeg får et perspektiv, jeg får se de menneskene. Noen ganger har det fått meg til å grine litt. Fordi det er bare så trist å se disse menneskene. Og så får jeg den informasjonen fra mennesker som faktisk opplever det. Det gjør det så mye mer troverdig, fordi redaktørstyrt, da, de sitter og samler og kutter informasjon, men de opplever det ikke selv. Det er så veldig nøytralt at det føles litt som å bli

«Jeg tenker at nettaviser, de velger jo ikke en side de heier på. Men folk på sosiale medier er jo ganske klare på hvem sin side de er på.»

Jente 13 år

matet med informasjon. Jeg vil se nyhetene, jeg vil ikke bare se informasjonen.

Jente 15 år

Andre var skeptiske til denne typen personlig vinklede vitnesbyrd, og viste til at falske bilder og film kan produseres med kunstig intelligens dersom man ønsker å fremføre et overbevisende budskap.

Gjennomgående ser vi altså at ungdommene stort sett stoler på tradisjonelle medier og vet at det er troverdige nyheter i avisene og på tv. Men de oppsøker redaktørstyrte medieinnhold i liten grad som rutine, det er først og fremst hvis de trenger en faktasjekk.



Kritiske til informasjon og vant til å dobbeltsjekke

I Barn og medier 2024 kommer det fram at 66 prosent av 13–18-åringene har kommet over nyhetssaker de mistenkte var falske eller usanne i løpet av det siste halvåret.

Av de som har kommet over nyhetssaker de mistenkte var usanne, oppgir 66 prosent at de har kommet over sakene i sosiale medier.

Også i dybdeintervjuene viste ungdommene en sunn skepsis til informasjon de kommer over, spesielt i sosiale medier. Enkelte nevnte at de hadde lært om falske nyheter allerede på barneskolen, hvor de ble trent i hvordan de kan skille mellom innhold fra pålitelige kilder og desinformasjon.

Flere sa de reagerte på overskrifter som kunne virke sensasjonelle, overdrevne eller manipulerende. De skilte mellom nyheter som oppleves som troverdige og realistiske, og nyheter som virker konstruerte for å tiltrekke oppmerksomhet. Eksempelvis mente enkelte at saken «Syk av solkrem» var typisk klikkagn som mange vil klikke på fordi de fleste bruker solkrem og ikke ønsker å bli syk.

– Det her er jo grunnen til at jeg ikke stoler så masse på nyheter, fordi det er ganske stor sjans for at det ikke er sant.

Jente 13 år

Dette kan forstås som at ungdommene har en bevissthet rundt sensasjonisme og kan være

«Det her er jo grunnen til at jeg ikke stoler så masse på nyheter, fordi det er ganske stor sjans for at det ikke er sant.»

Jente 13 år

skeptiske til overskrifter som virker for gode (eller for dårlige) til å være sanne. Å sjekke om noe er sant mener de at de like gjerne kan gjøre via TikTok eller Google som å gå inn på en nettavis.

– Hvis det var et mord og det var fra noen som ikke var redaktørstyrt, så pleier jeg å søke på TikTok og sjekke om det kommer mer. Kanskje det er noen som forteller mer om det og viser bevis, noen bilder, kanskje et innlegg, de snakker om det innlegget, og da kan jeg stole på det.

Jente 13 år



«Hvis det bare står på Snapchat, da bare søker jeg det heller opp, for blir man faktisk syk? Går inn på forskningssteder og VG og Helsedirektoratet og sånn.»

Jente 13 år

Det nære og personlige gir større grunn til å sjekke

I Barn og medier 2024 oppgir 33 prosent at de gjør et nettsøk for å sjekke en nyhets sak nærmere hvis de mistenker at den er usann, og 24 prosent svarer at de kryssjekker med andre medier.

17 prosent sjekker nettadressen til kilden og/eller undersøker hvem som står bak kilden. Enkelte av ungdommene i dybdeintervjuene pekte på at det ikke er tid til å sjekke opp alt man leser på nett:

– Det spørres litt hvor spesielt det er. Hvis det er noe jeg ikke hadde trodd på, så hadde jeg sjekket det. Hvis det er informasjon som jeg kunne ha trodd på, så bruker jeg ikke sjekke. Jeg kanskje burde



«For eksempel hvis en person som er veldig godt kjent, dør eller blir skadet. Det er noe veldig stort som jeg ville dele. Det er viktig å sjekke at du ikke deler falsk informasjon.»

Gutt 14 år

det, men tingen er at det kommer alltid så masse informasjon, og det er ikke alltid at man har tid til å sjekke opp alt.

Gutt 15 år

Enkelte av ungdommene sa de kunne gå langt for å sjekke opp nærmere de sakene som hadde betydning for dem, eksempelvis saken om solkrem:

– Hvis det bare står på Snapchat, da bare søker jeg det heller opp, for blir man faktisk syk? Går inn på forskningssteder og VG og Helsedirektoratet og sånn.

Jente 13 år

Dette kan tolkes som at i strømmen av all informasjon som ungdom tar imot, skaper det som er nært, personlig og privat, større engasjement og grunn til å sjekke om informasjonen faktisk stemmer. Hva man bruker energi på å verifisere, vil være personavhengig, og det er ikke nødvendigvis de største overskriftene eller viktigste nyhets-sakene man bruker tid på å dobbeltsjekke.

Ungdommene som fulgte influensere som formidlet nyhetsstoff, mente at påliteligheten deres

kunne vurderes i kraft av om de var «verifisert» av TikTok,³ eller om de var anerkjent på andre måter:

– Jeg er ganske sikker på at han er skikkelig. Han har fått en medalje for at han er den mest kjente nyhetspersonen på TikTok. Pluss han har vært i Det hvite hus og intervjuet litt.

Jente 13 år

Andre mente de kunne få tillit til personer som «poster» på sosiale medier i kraft av at de virket som «hyggelige folk som oppfører seg fint».

Enkelte var også opptatt av å dobbeltsjekke større nyheter for å unngå å dele videre informasjon som viste seg å være usann:

– For eksempel hvis en person som er veldig godt kjent, dør eller blir skadet. Det er noe veldig stort som jeg ville dele. Det er viktig å sjekke at du ikke deler falsk informasjon.

Gutt 14 år

³ Et blått hakemerke ved siden av brukernavnet til kjente influensere betyr at TikTok har bekreftet ektheten til den aktuelle kontoen og sikrer at den tilhører individet eller merket den representerer. Følgere kan stole på at de bekræftede kontoene er ekte enheter, i stedet for bedragere eller fan-lagde kontoer.



Skeptiske til medier som jobber hardt for å nå unge

Flere av ungdommene fortalte at de følger profiler som VG eller TV 2 på TikTok for å få raske oppdateringer om viktige hendelser.

Samtidig kan det se ut til at nyhetsmedier som har en sterk tilstedeværelse i sosiale medier for å treffe unge lesere, kan miste troverdighet nettopp av samme grunn. Enkelte av ungdommene sa rett ut at de stolte mindre på nyhetsmedienes innhold i sosiale medier, enn på innholdet de ser via nettsider eller tv.

– Det er ganske stor forskjell på det, fordi på TikTok så prøver de å få barn til å bli interessert, så de prøver å gjøre det mest mulig barnevennlig og få det til å høres spennende ut. Men på nettsider så er det jo mest voksne, så da gjør de det ikke så spennende. Jeg stoler egentlig ikke like mye på TikTok (TV 2s TikTok-innhold) som jeg gjør på tv.
Jente 13 år

En annen nevnte at hun stolte mindre på VGs innhold på Instagram enn det hun leste i VGs nettaviser.

– Kanskje kontoen deres har blitt hacket. Det kan være folk som bare legger ut ting og sånn.
Jente 13 år

At nyhetsmedier sprer innholdet sitt på ulike plattformer, eller bruker influensere til å produ-

sere innhold for dem, kan gjøre det vanskelig for unge å vurdere hvilke krav til etterrettelighet som ligger til grunn for innholdet. En ungdom ble spurt om han regnet NRK som et redaktørstyrt medium. Han ble i tvil og viste blant annet til at NRK bruker youtubere som programledere, som igjen dukker opp på YouTube i såkalte shorts:

– NRK tror jeg kan være litt begge deler, faktisk. Det er jo litt youtuber og litt ordentlige nyheter inni der. Det kommer jo noen

ganger ting inn på YouTube også.
Gutt 13 år

Nyhetsmediers grep for å engasjere unge kan dermed se ut til å så mistillit hos enkelte:

– VG legger mye tull ut også, iblant for å få oppmerksomhet fra de unge.
Jente 13 år

«Det er ganske stor forskjell på det, fordi på TikTok så prøver de å få barn til å bli interessert, så de prøver å gjøre det mest mulig barnevennlig og få det til å høres spennende ut. Men på nettsider så er det jo mest voksne, så da gjør de det ikke så spennende. Jeg stoler egentlig ikke like mye på TikTok (TV 2s TikTok-innhold) som jeg gjør på tv.»

Jente 13 år



Mener falske nyheter kan være overalt – også i VG

Ungdommene kan på den ene siden si at de stoler mest på nyhetsmedier som VG, Dagbladet og lokalaviser, samtidig har de en kildekritisk innstilling som også gjennomsyrrer hvordan de forholder seg til de etablerte mediene.

Falske nyheter er med andre ord noe ungdommene mener man også kan finne i redaktørstyrte medier:

– På VG, det er noen ganger det kommer falske nyheter inn der også. Det kan hende at det står at det og det skjedde, og så går du inn fordi du

synes det er spennende, og så viser det seg at det ikke var noe om det å gjøre, bare masse reklamer og alt sånt.

Gutt 13 år

Som nevnt kan dette tyde på at ungdom synes det er vanskelig å skille mellom redaksjonelt og



kommersielt innhold på nett. En undersøkelse fra Medietilsynet fant at dette kan være krevende for alle aldersgrupper.⁴ En andel av både yngre og eldre respondenter tok feil når de skulle vurdere om tre ulike saker var betalt innhold eller redaksjonelt innhold.

Enkelte av ungdommene mente at det er lettere å gjenkjenne kommersielt innhold på TikTok enn andre steder på nett:

– Man kan ikke akkurat stole like godt på den generelle informasjonen, fordi det kan være en annonse som er gjemt veldig godt under alle disse faktaene, all denne skryten. På TikTok er det veldig klart å se hva som er annonse og hva som ikke er annonse. Fordi menneskene viser seg selv, de bruker ord, man kan se det på hvordan de oppfører seg og hvordan de viser noe fram.

Jente 15 år

Intervjuene viser at enkelte ungdommer ikke bare faktasjekker informasjon de finner i sosiale medier, men at dette er noe de mener er nødvendig også for å stole på innholdet i redaktørstyrte medier:

– Hvis jeg har funnet noe på VG, så kan jeg gå inn på Adresseavisen eller Dagbladet eller andre aviser. Og så søker jeg på det som sto på VG og så ser jeg om det kommer opp noe. Hvis det ikke gjør det, så kan jeg gå på Safari og søke opp, og hvis det ikke kommer opp noe da, så vet jeg at det ikke er sant.

Jente 13 år

Enkelte fortalte at de brukte TikTok for å sjekke sannhetsgehalten ved nyheter i tradisjonelle medier.

«Hvis det er en nyhet på VG, så kan jeg for eksempel søke på TikTok med nyhetsnavnet, og så kan jeg sjekke om noen på TikTok har skrevet om det, om det er falskt eller ikke falskt.»

Jente 15 år

– Hvis det er en nyhet på VG, så kan jeg for eksempel søke på TikTok med nyhetsnavnet, og så kan jeg sjekke om noen på TikTok har skrevet om det, om det er falskt eller ikke falskt.

Jente 15 år

Dette tyder på at selv om ungdommene har lært om kildekritikk på skolen, og kan svare riktig på hvilke medier som er redaktørstyrte i motsetning til sosiale medier, betyr det ikke at de nødvendigvis og konsekvent stoler mer på det de leser i redaktørstyrte medier. Under samtale med ungdommene om usanne nyheter kom det fram at dersom en nyhetssak i ett nyhetsmedium ikke lar seg gjenfinne i andre medier, kan det tolkes som at det ikke er sant. Spørsmålet er om en slik hyperkritisk innstilling til informasjon på nett gjør det vanskelig for ungdom å ha tillit til noe som helst:

– Det er litt skummelt, for man vet ikke hva som er sant og hva som ikke er sant. Har det faktisk skjedd? Eller er det bare på kjødd? Det er litt vanskelig å vite.

Jente 13 år

⁴ Medietilsynet: Kritisk medieforståelse i den norske befolkningen 2024: Nordmenns evne til å skille mellom kommersielt og redaksjonelt innhold – utdrag fra hovedrapport.



Dette ønsker ungdommene seg:

MANGFOLDIGE STEMMER:

Nyhetsdekningen bør inkludere personer med ulike perspektiver og personlig erfaring, særlig når det gjelder tema som krig og konflikt.

ENGASJERENDE KOMMUNIKASJON:

Nyheter og informasjon rettet mot ungdom bør formidles på en spennende og engasjerende måte, hvis det skal fange oppmerksomheten i strømmen av underholdning og sponset innhold.

TILTAK MOT FEIL- OG DESINFORMASJON:

Barn og unge bør beskyttes mot desinformasjon, og myndighetene bør jobbe aktivt med å identifisere og forhindre spredning av falske nyheter.

ISBN: 978-82-8428-056-1



Nygata 4, 1607 Fredrikstad



69 30 12 00



post@medietilsynet.no



 Medietilsynet