



FFI-RAPPORT

19/00660

Falske nyheter som sjanger

Vårin Alme

Falske nyheter som sjanger

Vårin Alme

Emneord

Journalistikk
Desinformasjon
Pressen
Kontrakter
Sosiale medier

FFI-rapport

19/00660

Prosjektnummer

1368

Elektronisk ISBN

978-82-464-3214-4

Godkjennerne

Ole-Erik Hedenstad, *forskningsleder*
Jan Erik Voldhaug, *forskningssjef*

Dokumentet er elektronisk godkjent og har derfor ikke håndskreven signatur.

Opphavsrett

© Forsvarets forskningsinstitutt (FFI). Publikasjonen kan siteres fritt med kildehenvisning.

Sammenheng

Falske nyheter blir i økende grad ansett som et sikkerhetspolitisk anliggende. Dette fordrer forskning på spørsmål som hva falske nyheter er, og hvorfor de etterligner nyhetssjangeren. Hvorfor anvendes falske *nyheter* som ledd i påvirkningskampanjer? Spørsmål som dette var utslagsgivende for at denne undersøkelsen ble gjennomført. Spørsmålene som fulgte, og som søkes besvart i denne rapporten, er: Hva er likhetene og forskjellene mellom nyheter og falske nyheter, og kan trekk ved nyhetssjangeren egne seg for påvirkning? Om så, på hvilken måte?

Undersøkelsen legger et sjangerteoretisk rammeverk til grunn. Sjanger er ifølge dette rammeverket ikke kun en samling av formmessige og språklige virkemidler som skal krydre en tekst, men en ramme for meningsdannelse. Meningsdannelsen muliggjøres av et samarbeid mellom avsender og mottaker – en *lesekontrakt*. Signalene avsenderen sender mottakeren gjennom sjangertrekk forteller leseren noe om motivet som ligger bak teksten. Det er dette motivet som avgjør hvilken lesekontrakt som inngås, og som skiller sjangre fra hverandre.

Motivet knyttet til nyhetssjangeren er å opprettholde det journalistiske samfunnsmandatet ved å bidra til offentlig kunnskap med sann, viktig og ny informasjon. Motivet bak falske nyheter er å villedes leseren til å tro at den falske nyheten er en nyhet, at avsenderen er en journalist som forsøker å etterleve journalistiske idealer, og at innholdet i saken har vært gjenstand for journalistisk praksis. Fordi motivet bak nyheter på den ene siden og falske nyheter på den andre siden er vesensforskjellige, betyr det at de to bør anses som ulike sjangre.

Det å skille mellom de to sjangrene er imidlertid ikke alltid enkelt, da falske nyheter, per definisjon, forsøker å villedes leseren til å tro at han eller hun står overfor en nyhetssak. Dette gjøres ved å etterligne nyhetssjangerens estetiske kjennetegn. På overflaten kan en nyhet og en falsk nyhet dermed virke like. For nyhetssjangeren fungerer sjangertrekkene som signaler journalisten sender leseren for å invitere til en *faktakontrakt*. Denne faktakontrakten forsøkes opprettholdt av journalisten. For sjangeren falske nyheter fungerer sjangertrekkene som signaler avsenderen sender til leseren for å få ham eller henne til å inngå en faktakontrakt som avsenderen selv ikke opprettholder – og der en *fiksjonskontrakt* dermed er den riktige. Dersom leseren av den falske nyheten inngår en faktakontrakt med avsenderen, utgjør det et *leserbedrag*.

Rapporten finner at nyheter og falske nyheter deler sjangertrekk, men defineres av vesensforskjellige motiver, og dermed utgjør to ulike sjangre. Videre finner rapporten at falske nyheters etterligning av nyhetsformatets sjangertrekk kan gjøre falske nyheter egnet for påvirkning ved å invitere leseren til en faktakontrakt der en fiksjonskontrakt var den riktige. Forståelsen av falske nyheter som en egen sjanger – snarere enn en uttrykksform som kan plasseres inn i samme sjanger som slett journalistikk og satire – har implikasjoner både for studiet av falske nyheter som fenomen og for studiet av eventuelle mottiltak mot de potensielle effektene av falske nyheter. Disse implikasjonene diskuteres avslutningsvis.

Summary

Fake news is increasingly understood to be a security issue. This suggests the need for research asking what fake news is, and why fake news imitates the news genre. Why are fake *news* employed as tools in influence campaigns? Questions like these prompted this study. The questions that followed, and that the report attempts to answer, are: What are the similarities and differences between news and fake news, and can the imitation of traits associated with the news genre facilitate influence? And if so – how?

This study is premised on genre theory. The theoretical framework treats genre not simply as a collection of formal and linguistic means for adding esthetic value to the text, but as a location within which meaning is made possible. Reading and understanding a text – or receiving any kind of discourse – necessitates cooperation between the sender and the receiver, called a *reading contract*. The author sends the reader signals through genre conventions that tell the reader of the *motive* for the text. This motive decides which reading contract is appropriate, and distinguishes genres from each other.

The motive associated with the news genre is to uphold the journalistic mission by contributing to public knowledge, distributing true, important, and new information. In contrast, the motive tied to the fake news genre is to deceive the reader into believing that the fake news story is a news story, that the sender is a journalist seeking to comply with journalistic ideals, and that the content of the story has been privy to journalistic procedures. As the motives behind the news story and the fake news story, respectively, are fundamentally different, they should be treated as separate genres.

This is not always easy, as fake news, by definition, seek to deceive the reader. The deception attempt consists of mimicking the esthetic traits of the news genre. On the surface, then, a news story and a fake news story can seem identical. For the news genre, the esthetic traits serve to invite the reader to enter into a *fact contract* that the journalist, on his or her end, seeks to honor. For the fake news genre, the esthetic traits are supposed to get the reader to enter into a fact contract with a fake news producer who does not honor such a contract; in this case, the appropriate contract to enter into would have been the *fiction contract*. Should the reader chose to enter into a fact contract with a fake news producer, it would constitute a *deception of the reader*.

The report finds that news and fake news share esthetic genre traits, but are defined by fundamentally different motives, and thus constitute two separate genres. Further, the report finds that mimicking the traits of the news genre might facilitate influence through fake news by inviting the reader to enter into a fact contract instead of the appropriate contract – the fiction contract. Understanding fake news as a genre of its own – rather than a form of discourse that can be likened to poor journalism or satire – has implications for both the study of fake news as a phenomenon, and for the study of countering the potential effect of fake news.

Innhold

Sammendrag	3
Summary	4
1 Innledning	7
2 Metode	8
3 Nyheter som sjanger	9
3.1 Hva er sjanger?	9
3.1.1 Sjanger som kontrakt	11
3.2 Nyhetssjangeren	12
3.2.1 Journalistikk	13
3.2.2 Nyhetssjangeren: Kjennetegn og motiv	14
4 Falske nyheter som sjanger	17
4.1.1 Kjennetegn: Etterligning av nyhetssjangeren	17
4.1.2 Motiv: Leserbedrag	17
4.2 Problemet med å legge innhold til grunn for falske nyheter	18
5 Oppsummering og konklusjon	23
5.1 Implikasjoner for mottiltak: Hvordan forhindre Leserbedrag?	25
5.2 Konklusjon	26
Referanser	28



1 Innledning

De siste årene har såkalte «falske nyheter» – her forstått som saker som ikke har vært gjennom en journalistisk prosess, men presenteres i et nyhetsformat for å vilde mottakeren – vært et høyaktuelt tema i samfunnsdebatten og i internasjonal politikk. Statlig bruk av falske nyheter i påvirkningskampanjer, eksempelvis mot EU-avstemmingen i Storbritannia og presidentvalget i USA i 2016, har fått særlig oppmerksomhet (Intelligence Community Assessment, 2017).

Den påfølgende forskningen på falske nyheter har i hovedsak fokusert på innhold: Falske nyheter anses gjerne som en samlebetegnelse på feil- eller desinformasjon som spres på nett, i eller utenfor en medieliignende kanal (se for eksempel European Commission, 2018; McManus & Michaud, 2018; Wardle & Derakhshan, 2017). Ofte antas det at produksjonen og spredningen av falske nyheter har effekt, og at denne effekten er negativ. Samtidig er utnyttelsen av et bestemt format – nyhetsformatet – lite omtalt (Gelfert, 2018, ss. 97–99). Rapporten søker økt forståelse for anvendelsen av nyhetsformatet til påvirkning¹. Hvilke trekk ved nyhetssjangeren beholdes i falske nyheter, og hvilke endres? Og er trekkene som beholdes egnet for påvirkning? For å beskrive nyheter og falske nyheter, utforske likheter og forskjeller mellom dem og diskutere nyhetssjangerens eventuelle nytteverdi for falske nyheter, anvendes sjangerteori.

Med dette foreslår rapporten en ny tilnærming til studiet av falske nyheter. Det sjangerteoretiske rammeverket som legges til grunn for undersøkelsen antar at det vesentlige kriteriet som skiller sjangre fra hverandre er avsenderens motiv. Som undersøkelsen viser, vil en definisjon av falske nyheter som legger motiv snarere enn innhold til grunn plassere falske nyheter inn i en egen sjanger, vesensforskjellig fra nyhetssjangeren. Mens nyhetssjangeren er tuftet på et idealistisk samfunnsoppdrag, er motivet bak falske nyheter å vilde leseren til å tro at den falske nyheten er en nyhetssak, at avsenderen er en journalist forpliktet til pressens mandat, og at informasjonen har vært gjenstand for journalistikkens profesjonelle og etiske standarder.

Behandlingen av falske nyheter som en egen sjanger definert av motiv, bryter med tendensen til å plassere falske nyheter i samme kategori som slett journalistikk og satire, synlig både i foreliggende forskning og i deler av nyhets- og satireprofesjonene (Brodie, 2018, s. 456; Jankowski, 2018, s. 252; McManus & Michaud, 2018, s. 19; Tandoc, Lim, & Ling, 2018). Rapporten forklarer argumentene for å forlate en slik innholdsorientert forståelse av falske nyheter til fordel for en motivorientert forståelse. Til slutt redegjør den for betydningen av å forstå falske nyheter som sjanger, knyttet til hvorvidt og hvordan vi anser falske nyheter som samfunnsproblem; hvordan vi tenker rundt den potensielle effekten av falske nyheter; og hvorvidt og hvordan statlige aktører, så vel som borgere, kan eller bør forsvare seg mot slike potensielle effekter.

¹ I denne rapporten handler påvirkning om det som skjer med leseren av falske nyheter. Som kapittel 2 vil vise, konseptualiseres påvirkning som *leserbedrag* i rapporten. Det er samtidig viktig å presisere at påvirkning i stort ikke kan reduseres til bruk av falske nyheter. Staters anvendelse av falske nyheter for å påvirke kan eksempelvis være del av en større påvirkningskampanje.

2 Metode

Rapportens fokus på nyhetssjanger og sjanger i undersøkelsen av falske nyheter skiller seg fra store deler av den foreliggende forskningen. Blant annet skiller det seg fra undersøkelser som tar sikte på å kartlegge falske nyheter som samfunnsmessig problem (Allcott & Gentzkow, 2017; European Commission, 2018; McManus & Michaud, 2018; Vosoughi, Roy, & Aral, 2018), tilnærminger som behandler falske nyheter som en underart av narrativ, strategisk kommunikasjon og politisk og ideologisk maktutøvelse (Farkas & Schou, 2018; Khaldarova & Pantti, 2016), studier som anvender sosialpsykologiske rammeverk, som vi eksempelvis ser i såkalt bedragsteori (*deception theory*) (Levine, 2018), undersøkelser som fokuserer på målgrupper som er påvirkelige eller bidrar til spredningen av desinformasjon (Appel & Malečkar, 2012; Guess, Nagler, & Tucker, 2019; Pennycook & Rand, 2017), medievitenskapelige studier (Broersma, 2013; Kalsnes, 2018; Usher, 2017b, 2017a; Westlund, 2017), og undersøkelser som fokuserer på teknologi, infrastruktur og sosiale medier (Bakshy, Messing, & Adamic, 2015).

Dermed kreves nytenkning rundt metode, begrepsapparat og analytisk rammeverk. Ambisjonen om å sammenligne nyheter og falske nyheter fordrer først en avklaring av hvert av begrepene. I begrepsavklaringen, og dermed også i den videre analysen av likhetene og forskjellene mellom nyheter og falske nyheter og hva likhetene og forskjellene kan tilskrives, legges et sjanger-teoretisk rammeverk til grunn. Her redegjøres det for begrepet sjanger og for sjangerens funksjon: Hva betyr det for en tekst – eller en ytringsform – å bli plassert inn i en bestemt sjanger? Hva er det som skiller sjangre fra hverandre? Og hva har dette å si for lesningen av teksten? Disse spørsmålene er sentrale i kapittel 3.1.1.

Den teoretiske redegjørelsen konkluderer med å utlede visse konstanter ved sjangerbegrepet. Konstantene deles inn i sjangerens estetiske trekk, kjennetegn eller konvensjoner på den ene siden og sjangerens underliggende idealer eller motiv på den andre. Kategoriene er imidlertid ikke likeverdige: Mens trekk og konvensjoner er nødvendige for å plassere en tekst inn i en sjanger, er det i hovedsak for å signalisere hvilket motiv og hvilke idealer som ligger bak teksten. Det er altså motiv som er definerende for en sjanger.

Ut fra dette premisset, redegjøres det i kapittel 3.2 for nyheter som sjanger. Her blir spørsmålene: Hva er nyhetssjangerens trekk og motiv, og hva betyr det for en tekst å bli plassert inn i denne sjangeren? Dette blir senere grunnlaget for kapittel 4, som sammenligner nyhetssjangeren med sjangeren falske nyheter, redegjør for hvorfor et skille bør trekkes mellom dem og til slutt synliggjør hvordan etterligningen av nyhetssjangeren kan gjøre falske nyheter egnet til påvirkning. Her konseptualiseres påvirkning som *leserbedrag*, et teoretisk begrep som avklares i kapittel 3.1.1. Implikasjonene av rapportens funn, særlig for forsvar mot fiendtlig påvirkning gjennom falske nyheter, diskuteres i kapittel 5.1.

3 Nyheter som sjanger

Med forventningen om at sjanger har betydning for hvordan vi leser en tekst og, mer overordnet, mottar, oppfatter og vurderer informasjon, redegjør dette kapitlet for innsikter fra sjangerteori. Innsiktene vil senere benyttes for å sammenligne nyheter og falske nyheter og diskutere implikasjonene av denne sammenligningen.

3.1 Hva er sjanger?

På ett nivå er sjanger en uttrykksform eller diskurs med kjennetegn som skiller denne uttrykksformen fra andre (Hyland, 2002, s. 118). Tradisjonelt anses kjennetegnene – som også kalles trekk eller konvensjoner – som estetiske, for eksempel knyttet til form, språk, stil, virkemidler, tekstoppbygging, struktur og format. Trekkene signaliserer noe til leseren² om hvilken sjanger teksten skal leses inn i (Svennevig, 2018); «[g]enres do not announce themselves; rather, they are announced and framed using the cues appropriate to that genre (...)» (Brodie, 2018, s. 451).

Sjangertrekk henger tett sammen med tekstens såkalte *paratekst* (Genette, 1997) – dens forfatter, forlag, institusjon, forside, tittel, eventuelle sjangerbenevnelse, tid, forord og lignende. Sammen er tekstens sjangertrekk og paratekst identitetsmarkører som gjør det mulig å knytte teksten til en viss gruppe tekster og skille den fra andre (Rosmarin, 1985, s. 23). Med andre ord har disse instansene en organiserende funksjon.

På denne måten bidrar sjangertrekk og paratekst til at det blir mulig både for forfatter og leser å skape mening: «genres are not just forms. (...) They are locations within which meaning is constructed» (Bazerman, 1997, s. 19); «genres play a role in helping us organize, experience, and ultimately understand the situations within which we communicate» (Bawarshi, 2000, s. 358). Ideen sjangerteoretikere legger til grunn for sin analyse, er at alle uttrykksformer tilhører en sjanger: «there is no genreless text» (Derrida & Ronell, 1980, s. 65), og videre at forståelse for sjangeren teksten tilhører er nødvendig for å forstå teksten i seg selv (Cohen, 1986, s. 211). Forutsatt at leser og forfatter begge har erfaring med ulike sjangre (Bhatia, 1997, s. 361), fungerer sjangertrekk og paratekst som formidlingskoder som vekker gjenkjennelse og bestemte forventninger hos publikum (Allern, 2018, s. 18). På denne måten signaliseres sjangre gjennom konvensjoner som gjentas, og som leser og forfatter begge er kjent med (Frye, 2000, ss. 96, 247). Her er det viktig å presisere at en tekst kan tilhøre en sjanger uten å innfri samtlige av sjangerens krav. Ut fra avsenderens sjangerplassering får vi imidlertid signaler om tekstens ideelle form, uavhengig av om den innfrir disse idealene eller ikke (Cohen, 1986, s. 208).

² «Leser» refererer her til mottakere av ulike yringsformer (ikke kun tekster) plassert i en bestemt sjanger. Denne kategorien kan også kalles publikum, mottaker, forbruker, tilhører, tilskuer og lignende – men én felles samlebetegnelse mangler (Frye, 2000, ss. 246–247).

Hva er det så som skiller sjangre fra hverandre? Hva er det som gjør at visse sjangertrekk knytter seg til én sjanger og andre til en annen? Her har ulike teoretikere ulike svar. Michel Foucault (1969) skriver at «forfatterfunksjonen» er avgjørende for hvordan tekster leses og dermed også for hvordan vi kategoriserer dem inn i like eller ulike sjangre. Ifølge Foucault (1969, s. 305) står forfatteren som garantist for tekstens mening og eventuelle sannhetsinnhold. Dette vil si at forfatteren avgjør tekstens eksistensform – dens «mode of existence» (Foucault, 1969, s. 305).

Denne vektleggingen av forfatteren er blitt kritisert av Roland Barthes (1967), som skriver at leseren, snarere enn forfatteren, er instansen som gir tekst mening: «the true locus of writing is reading» (Barthes, 1967, s. 5). Denne forståelsen behandler skaper og skaperverk – forfatter og tekst – som to urelaterte størrelser hva gjelder meningsdannelse: Skrivning starter ved forfatterens død (Barthes, 1967, s. 2).

Mens disse posisjonene tilsynelatende er diametralt ulike, er det mulig å forene deler av dem i en syntese. Samtidig som forfatteren og teksten han eller hun skriver ikke kan sies å være urelaterte, er det samtidig ikke nødvendigvis slik at forfatterens liv og person har betydning for lesningen av den. Eksempelvis kjenner ikke leseren alltid til forfatteren før lesningen begynner; i visse tilfeller er forfatteren til og med anonym, uten at det hindrer leseren i å lese og fortolke teksten. Syntesen ligger i behandlingen av forfatterfunksjonen ikke som et allvitende og allmektig individ, men snarere som en mer eller mindre kjent og tydelig instans som sender leseren signaler om hva teksten ønsker å si og hva formålet med den er. I mottakelsen av teksten, vil så leserens erfaringer, verdenssyn og motiv ha betydning for hvordan teksten forstås (Bawarshi & Reiff, 2010, s. 23; Shusterman, 1988, s. 400). Slik er altså intensjon, eller motiv, sentralt i meningsproduksjon.

Dette er fordi tekst og sjanger er sosiale fenomener. I *Introduction to the Human Sciences* skriver Wilhelm Dilthey (1989) at sosiale fenomener skiller seg fra naturfenomener ved at de aldri kan være verdifrie. Mens sosiale fenomener kan eksistere materielt, vil de også bestandig være uttrykk for verdier, ideer og verdenssyn (Hvidsten & Bratberg, 2018, ss. 79–80). En forfatters plassering av tekst inn i en bestemt sjanger er dermed ikke et nøytralt og tilfeldig grep, men en sosial handling (Miller, 1984)³ som forteller leseren noe om hvilke verdier, ideer og verdenssyn teksten målbærer og hvilken funksjon den søker (Silverblatt, 2007, s. 3). På denne måten vil utgangspunktet for enhver undersøkelse av sosiale fenomener – også lesning av tekst eller evaluering av informasjon – være «the concepts of the agents concerned⁴» (Wight, 2009, s. 57). Motivet bak teksten – som vekselvis refereres til som motiv/motivasjon (Bawarshi, 2000; Burke, 1945; Fisher, 1970; Miller, 1984), intensjon (Bhatia, 1997; Miller, 1984; Næss, 1953, s. 77), hensikt (Midgaard, Stenstadvold, & Underdal, 1973), ideal (Borden & Tew, 2007;

³ Således kan forskning på sjanger (og herunder også nyhetsjournalistikk) knyttes til konseptet «speech acts», og litteratur som tar for seg ideelle talesituasjoner og det performative (handlings)aspektet av språk og tale (Austin, 2000, s. 6; Midgaard, Stenstadvold, & Underdal, 1973; Romarheim, 2005, ss. 28, 51).

⁴ Én av partene «concerned» er mottakeren, noe som utdypes i kapittel 3.1.1. Her er det imidlertid verdt å nevne at meningsproduksjonen som muliggjøres av sjangerplassering også angår leserens eget verdenssyn – som inviteres til å møte avsenderens verdenssyn gjennom invitasjonen til å lese og tolke teksten (Goodrich, 1990, s. vi).

Deuze, 2005; Sjøvaag, 2018), mål (Cohen, 1986, s. 206) og oppdrag (Habermas, 1993) – forstås altså ikke i snever, men bred, forstand: motivet gjenspeiler tekstens utsigelsespunkt, verdenssyn og eksistensform.

Fordi sjangerplassering således er en ideologisk, verdiladet handling (Bawarshi, 2000, s. 349; Berkenkotter & Huckin, 1995, s. 21), blir leserens oppfatning av motivet som ligger til grunn avgjørende for tolkningen av teksten (Burke, 1945; Fisher, 1970, s. 139). Dette uttrykkes på ulike måter i sjangerteori: «genre (...) must involve situation and motive, because human action, symbolic or otherwise, is interpretable only against a context of situation and through the attributing of motives» (Miller, 1984, s. 152); «a communicator perceives a rhetorical situation in terms of a motive (...), given that motives are names which essentialize the interrelations of the communicator, communication, audience(s), time, and place» (Fisher, 1970, s. 132). Samlet sett anses motiv som det vesentlige kriteriet for å plassere tekster inn i bestemte sjangre og derigjennom legge til rette for meningsdannelse. Motivet signaliseres imidlertid gjennom estetiske konvensjoner eller trekk, som dermed blir avgjørende for gjenkjennelsen og identifiseringen av sjanger (Cohen, 1986, s. 212).

Kort oppsummert, forstår rapporten sjanger som et sosialt fenomen som, gjennom estetiske og paratekstuelle trekk, gjør det mulig for forfatter og leser å plassere teksten i tekstuniverset, og dermed setter leseren i stand til å forstå motivet den uttrykker.

3.1.1 Sjanger som kontrakt

Forfatteren er sentral, men ikke enestående, i meningsproduksjonen – leserens fortolkning er vel så viktig. Forfatterens signaler til leseren om hvordan teksten er ment betyr lite dersom leseren overser eller misforstår dem: sjangersignalisering «is heard and interpreted (...) or (...) not heard and/or misinterpreted (...) by the listener» (Brodie, 2018, s. 451). Til tross for at sjangerkonvensjoner kan være statiske, er altså sjanger i seg selv et dynamisk fenomen, i den forstand at det oppstår gjennom tolkning av konvensjonene deres betydning (Bhatia, 1997, s. 367). Denne tolkningen skjer i et samspill – en «interrelasjon» (Fisher, 1970, s. 132) – mellom forfatter og leser som gjerne lignes med et kontraktsforhold: «Forud for enhver bog går ikke bare en kontrakt mellem en forlægger og hans forfatter. Der går også en kontrakt mellem forfatteren og hans læser» (Behrendt 2006: 19). Kontrakten fungerer som premiss for forståelse og meningsdannelse ved å etablere «a social code of behavior (...) between the reader and author (...) that stabilizes and enables interpretation» (Bawarshi, 2000, s. 343).

Kontrakten mellom avsender og mottaker innbefatter en implisitt forhandling og en implisitt overenskomst om plikter og rettigheter (Bhatia, 1997, s. 359; Genette, 1997; Goodrich, 1990, s. vi; Hyland, 2002, s. 117; Midgaard et al., 1973, s. 13). Til dette kreves tillit mellom partene. For at leseren skal være villig til å inngå en kontrakt med forfatteren, må han stole på at forfatterens virkelige motiv reflekteres i signalene forfatteren sender leseren gjennom plasseringen av teksten i en sjanger med paratekstuelle og formelle trekk. Leserens oppfatning av hvilken sjanger forfatteren har plassert teksten i, avgjør hvilken sjanger leseren leser teksten i: «genre is determined by the conditions established between the poet and his public» (Frye, 2000, s. 247).

Forut for lesningen, tar leseren, bevisst eller ubevisst, beslutningen om hvorvidt han eller hun vil akseptere signalene og inngå leserkontrakten (Genette, 1997, s. 2). Dette øyeblikket mellom leserens mottakelse av teksten og beslutning om å lese den, beskrives som en terskel:

More than a boundary or a sealed border, the paratext is, rather, a *threshold* (...) that offers the world at large the possibility of either stepping inside or turning back. It is an “undefined zone” between the inside and the outside, (...) between text and off-text, a zone not only of transition but also of transaction (Genette, 1997, ss. 1–2).

Leseren velger altså frivillig å gå inn i en leserkontrakt med forfatteren. Videre velger han eller hun frivillig om kontraktsforholdet som inngås skal være det forfatteren inviterer til eller ikke. Behrendt (2006, ss. 12–15) identifiserer to former for kontraktsforhold mellom leser og forfatter, en faktakontrakt (eller virkelighetskontrakt) og en fiksjonskontrakt:

Tradisjonelt er kontrakten med læseren udformet på én af to måder. Den ene lydende på, at alt, hvad der står på de følgende sider, er sandt, det handler om noget, der er foregået i virkeligheden, og kan om nødvendigt bekræftes empirisk ved sammenligning med andre skriftlige eller mundtlige kilder. (...) Den andre stik modsat lydende på, at alt i denne bog er digt, intet af det er foregået i virkeligheden, det kan ikke bevidnes af nogen andre i verden, og det er under alle omstændigheder irrelevant at sammenligne (Behrendt, 2006, s. 19).

I terskeløyeblikket tar leseren stilling til om innholdet i teksten skal forstås som faktisk sant eller ikke. Her er det verdt å presisere at teorien er litterært orientert, og at skillet mellom fakta- og fiksjonskontrakten reflekterer skillet mellom litterære verker som enten er dokumentariske og tilhører sakprosaen, eller fiktive og tilhører skjønnlitteraturen. Mens dette skillet er forenklet – sannhet er ikke nødvendigvis alltid dokumenterbar ut fra en empirisk virkelighet, og også uttrykksformer som bygger på fiksjon kan (og søker gjerne å) si noe sant i en høyere forstand – kan inndelingen være nyttig for vårt formål. Den forteller oss at lesningen av tekst krever et samarbeid mellom leser og forfatter som kan lignes med et kontraktsforhold. Om leseren inngår en fakta- eller fiksjonskontrakt avhenger på ett plan av signalene forfatteren sender i form av sjangerplassering. På et dypere plan avhenger det imidlertid av hvorvidt leseren har tillit til at disse signalene reflekterer forfatterens faktiske motiv. Om leseren ikke stoler på forfatteren, kan han enten la være å lese teksten eller lese den uten å inngå kontrakten forfatteren inviterer til. I sistnevnte fall leses teksten med den alternative kontrakten.

3.2 Nyhetssjangeren

Innsiktene om sjanger gir grunnlag for å undersøke nyhetssjangeren og identifisere hvilke trekk og motiv som knytter seg til denne sjangeren. Her er det naturlig å begynne med disiplinen og institusjonen nyhetssjangeren tilhører: journalistikken.

3.2.1 Journalistikk

Begrepet journalistikk favner en virksomhet, en yrkesform, en tekst- og sjangerform og en institusjon, men har som fellesnevner at det er snakk om jevnlig søken etter og formidling av informasjon som er relevant for offentligheten – og hvis funksjon er en av grunnpilarene i et demokratisk samfunn (Eide, 2011, s. 10).

Tekstformen journalistikk uttrykkes regelmessig i gjenkjennbare formater som dagsavis, dagsnytt og dagsrevy (Allern, 2018, s. 17). Journalistikken som institusjon henviser både til aktørene i bransjen, som journalister, redaktører, faglige utvalg, lesere og kommentatorer, og til en felles forståelse av noen grunnleggende sjangerkrav journalistikken må tilfredsstillende (Allern, 2018, s. 104), deriblant profesjonelle og etiske normer som skal sette journalister i stand til å bidra til offentlig kunnskap.

Den demokratiske styreformens forutsetter en opplyst befolkning. For å delta i samfunnet kreves en viss grad av kunnskap, og opplysningen av borgerne for dette formålet er i stor grad blitt journalistikkens oppgave (Schudson & Anderson, 2009, s. 96). Journalistikken skal være dedikert til formidling av informasjon til fordel for den demokratiske offentlighet og utgjøre en troverdig kilde til offentlig kunnskap (Jones & Baym, 2010, s. 280). Denne offentlige kunnskapen skal sette leserne – borgerne – i stand til å «forstå vår verden og til å opptre som myndige mennesker i et virksomt demokrati» (Eide, 2011, s. 12); «vi går til journalistikken for å få vite, for å kunne mene, for å handle» (ibid. 28). På denne måten skal journalistikken også bidra til og verne om en offentlig sfære for demokratisk pluralisme der reell meningsbrytning kan finne sted (Habermas, 1993, ss. 83, 227; Romarheim, 2015, s. 47).

Journalistikken har også andre demokratiske funksjoner. Den skal fungere som vaktbikkje for demokratiet ved å granske samfunnets makthavere, holde folket oppdatert på hva som gjøres på deres vegne, varsle om eventuelle brudd på løfter eller demokratiske prinsipper og informere om hendelser og utviklinger i maktens korridorer (Eide, 2011, ss. 41–42). Journalistikken skal også formidle informasjon som setter makthavere i stand til å gjøre jobben sin, deriblant ved å rapportere om saker, holdninger og utviklinger som preger borgerne de representerer.

For å sikre kvaliteten på nyhetsformidling og understøtte arbeidet med å bidra til offentlig kunnskap, har den journalistiske institusjonen forpliktet seg til strenge etiske og profesjonelle idealer, metoder og regler (Citron & Chesney, 2018). Forpliktelsen er frivillig tatt, og medfører at journalister, i det øyeblikket de inntre i yrkesrollen, «accept the expectations that come with their role and subject themselves to moral evaluation on the basis of these expectations» (Borden & Tew, 2007, s. 302). På noen områder er idealene blitt urealistiske. For eksempel medfører objektivitetskravet som til en viss grad er utbredt i journalistikken at fakta skal skilles fra verdier, holdninger og verdenssyn (Allern, 2018, s. 92), noe som – fordi sosiale fenomener som journalistikk bestandig målbærer visse verdier og ideer (Dilthey, 1989) – er et uoppnåelig ideal.

Andre idealer er mer oppnåelige. I Norge forplikter journalister seg til krav nedfelt blant annet i «Vær Varsom-plakaten», som er vedtatt av Norsk presseforbund. Her kreves det blant annet at journalister verner om ytringsfrihet, utøver kildekritikk (også selvkritikk), er åpne om kilder og om bakenforliggende forhold for saken som kan være relevante for publikums oppfatning, korrigerer feil, ikke har andre oppdragsgivere enn den demokratiske offentlighet og synliggjør ulike synspunkt og sider ved saken, så sant de er relevante (Eide, 2011, s. 120; Norsk presseforbund, 2019).

Det vil være vanskelig, om ikke umulig, for en journalist til enhver tid å innfri samtlige krav. Forpliktelsen til, og intensjonen om, å etterstrebe idealene er imidlertid noe av det vesentlige som kjennetegner og skiller journalistikken fra andre tekstformer (Allern, 2018, s. 83); «the normative dimension of journalism most clearly distinguishes it from other activities in the media marketplace» (Borden & Tew, 2007, s. 303).

Grunnleggende for journalistikken, om man så snakker om virksomheten, tekstformen eller institusjonen, er altså at motivet som ligger bak er å formidle noe *sant* og *viktig* (Eide, 2011, s. 10). Journalister, redaktører og medieorganisasjoner står ansvarlige for at informasjonen som publiseres har vært gjenstand for kildekritikk og for at journalistisk praksis er blitt fulgt, og lesere og fagutvalg står klare til å håndheve dette ansvaret. Den journalistiske institusjonen skal slik stå som «garantist for at den informasjonen vi bys faktisk holder mål, og er håndtert i henhold til noen kildekritiske og presseetiske normer som borger for uavhengighet, kvalitet, relevans og etterrettelighet» (Eide, 2011, s. 132). Journalistikkens formål og epistemologiske standarder utgjør et sett moralske og profesjonelle forpliktelser og idealer (Borden & Tew, 2007, s. 303) som på én og samme tid definerer journalistikken som institusjon, rettferdiggjør journalistikken som virksomhet og gjennomsyrer journalistikken som ytringsform.

3.2.2 Nyhetssjangeren: Kjennetegn og motiv

Journalistikk kommer i gjenkjennelige formater, med en felles forpliktelse til et bestemt samfunnsoppdrag med tilhørende idealer og føringer. Tekstformer som tilhører journalistikken har altså fellestrekk, eller det Bhatia (1997, s. 362) kaller en «generisk identitet»:

[I]n the case of newspaper genres (...) we find an unmistakable 'generic identity' (...) in almost all of the exploits of these genres from various newspapers, although all of them have their own preferences in terms of style, stance and substance. Some may be more objective, while others more interpretative; some more socially responsible, while others more sensational. In spite of all these differences, most of them display common characteristics (...) in terms of their structure, interpretation and communication of intentions.

På samme tid finnes det ulike sjangre også innenfor journalistikken. Mens de kan gli over i hverandre, er det gjerne store forskjeller mellom sjangre som nyhetsjournalistikk, sportsjournalistikk, kulturjournalistikk og livsstiljournalistikk (Allern, 2018, ss. 18–19; Eide, 2011, s.

88). Forsøket på å formidle sann og relevant informasjon kan anta ulike former i de forskjellige journalistiske sjangrene.

For nyhetssjangerens del er et definerende krav at den formidler noe nytt, i den forstand at hendelsen som omtales har funnet sted nylig eller at informasjonen som formidles nylig er avdekket (van Dijk, 1988, s. 3). I sum skal nyhetssjangeren formidle informasjon som er sann, ny og viktig for den demokratiske offentligheten.

Nyheter preges også av formelle, strukturelle og språklige sjangertrekk. For eksempel kommer de gjerne i en bestemt språklig drakt – en nyhetsdiskurs – som skiller nyhetsrapporter fra andre medietekster og fra tekstformer utenfor media, som fortellinger (van Dijk, 1988, s. 176). Nyhetsdiskursens kjennetegn er blant annet verbtiden presens og utelatelsen av ord i tittel og ingress. Dette siste fører med seg en særegen setningsoppbygging der setninger ofte er ufullstendige (Kragh & Åsberg, 2017, s. 1; Schudson & Anderson, 2009, s. 97; van Dijk, 1988, s. 144).

Også tonen og språket i nyhetsformidling er egenartet. Nyhetsjournalistikk som prosastil er gjerne tørr og selvsikker (Brodie, 2018, s. 452) – det siste som følge av at journalisten gjør hevd på sannheten (van Dijk, 1988, s. 83). Videre preges den av hyppig bruk av harde fakta, presisjonsindikatorer som tid, antall personer, statistikk og detaljer, vitnebeskrivelser, direkte sitater og troverdige kilder (som myndigheter, fagpersoner og eksperter) (Baym, 2010, s. 380; van Dijk, 1988, s. 88). Usikkerhetsmomenter tydeliggjøres for leseren, og kontrasten til innholdet journalisten ikke legger inn forbehold om, blir således talende. Til sammen skal disse virkemidlene ikke kun bidra til effektiv formidling av sann, viktig og ny informasjon, men også overbevise leseren om at journalistens fremstilling av saken nettopp utgjør fremstillingen av noe sant, viktig og nytt:

Persuasion has a very specific aim and function for news discourse. (...) the bulk of our everyday news is an instance of the speech act of assertion. For such speech acts to be appropriate the writer must express propositions that are not yet known to the listener/reader and which the writer wants the listener/reader to know. The perlocutionary or persuasive dimension that sustains such intentions in practice, then, is the formulation of meanings in such a way that they are not merely understood but also accepted as the truth or at least as a possible truth (van Dijk, 1988, s. 83).

Til slutt har nyhetsdiskursen en egen struktur. Innholdet har en tematisk oppbygning som skal tydeliggjøre hvilken informasjon som er viktigst i saken (van Dijk, 1988, ss. 177–178). Dette kalles gjerne en «omvendt pyramide», der informasjonen i teksten presenteres i fallende viktighet; det viktigste kommer først (Allern, 2018, s. 91). Dette relevanshierarkiet består av informasjonskategorier med ulike funksjoner. Det mest sentrale poenget i en nyhetssak oppsummeres i tittel og ingress (Allern, 2018, s. 91). Deretter følger gjerne en presentasjon av hendelse(n) i saken, en bakgrunnsdel, en del om påfølgende hendelser, konsekvenser, handlinger eller reaksjoner og avslutningsvis en form for kommentar. Noen av disse kategoriene

er obligatoriske, andre valgfrie (van Dijk, 1988, s. 178). Øvrige virkemidler som benyttes for å trekke leserens oppmerksomhet i en bestemt retning er grafiske markører som uthevet skrift, tekstbokser, uthentede sitater, bilder og plasseringen av saken. Dersom saken kommer først i reportasjen eller avisen, signaliserer det at dette er den viktigste saken.

Alt i alt har nyhetssjangeren bestemte kjennetegn. Nyhetsformat, nyhetsdiskurs, den omvendte pyramide, relevanshierarki, sitatgjengivelse og presensform er eksempler på nyhetssjangerens estetiske konvensjoner. Disse sjangertrekkene fungerer som en formidlingskode fra avsender til mottaker om hvordan teksten skal forstås, hvilket motiv som ligger bak den og hvilken kontrakt som skal inngås ved lesningen av den.

På dette dypere nivået kjennetegnes nyhetssjangeren av forpliktelsen til et bestemt mandat som skal innfris ved å følge en bestemt metode og bestemte idealer, etterprøves av aktørene i den journalistiske institusjonen og holdes til strenge profesjonelle og etiske standarder. Aktiviteter som å avdekke informasjon, verifisere innhold og formidle det, «are not the activities of journalists unless they are motivated by the self-conscious pursuit of excellence as a journalist» (Borden & Tew, 2007, ss. 301–302); forpliktelsen til, og intensjonen om, å opprettholde journalistiske standarder for å bidra til pressens demokratiske samfunnsoppdrag er nyhetssjangerens karakteristiske og definerende *motiv* (Silverblatt, 2007, s. 5).

4 Falske nyheter som sjanger

Det finnes tekst- og uttrykksformer som deler nyhetssjangerens estetiske kjennetegn, uten å dele motivet og idealene som definerer nyhetssjangeren. Én av disse uttrykksformene er falske nyheter. Dette kapittelet gir en definisjon av falske nyheter, forklarer hvorfor denne definisjonen bør anvendes og trekker opp skillet mellom nyheter og falske nyheter. Avslutningsvis viser kapittelet hvordan et skille på lignende vis kan og bør trekkes mellom falske nyheter og en annen sjanger den ofte kategoriseres med – satiren – for å underbygge argumentet at falske nyheter bør behandles som en egen sjanger.

4.1.1 Kjennetegn: Etterligning av nyhetssjangeren

Falske nyheter etterligner nyhetssjangerens estetiske kjennetegn. En falsk nyhet vil altså, på samme måte som en nyhet, typisk være strukturert ut fra den omvendte pyramiden, presenteres med overskrift og innledning som begge preges av en oppsummerende og akutt tone som signaliserer sannhet, fakta og relevans, og teksten vil inkludere presisjonsmarkører forbundet med nyhetssjangeren, som tall, pålitelige kilder, åpenhet om forbehold og direkte sitater. Også paratekstuelle trekk ved den falske nyheten vil ligne nyhetssjangeren. For eksempel vil utgiveren av den falske nyheten stå oppført med navnet eller nettadressen til et fabrikkert mediehus – gjerne med et navn som ligner på navnet til en reell medieorganisasjon. På overflaten kan en nyhet og en falsk nyhet altså virke identiske.

Her er det nyttig å hente inn et eksempel. I den falske nyheten publisert på det nå nedlagte nettstedet *Devner Guardian*, med tittelen «FBI agent suspected in Hillary email leaks found dead in apparent murder-suicide» (Allcott & Gentzkow, 2017, s. 213) ser vi, bare i tittelen, etterligningen av nyhetssjangerens estetiske trekk: den akutte fremstillingsstilen av en hendelse som tilsynelatende nettopp har funnet sted og som et mediehus anser som relevant for offentligheten; det økonomiske språket der kun det aller viktigste kommer med mens ord som ikke strengt tatt er nødvendige utelates; den oppsummerende stilen som følger med pyramidestrukturen, der hovedpoenget er klart ut fra tittelen; og tilsynelatende åpenhet om usikkerhet ved bruken av ordet «apparent». Et eksempel som kan illustrere likheten, er en nyhetssak som tar for seg noe av den samme tematikken, som følgende sak fra CNN: «Kate Spade, fashion designer, found dead in apparent suicide» (Levenson & Gingras 2018). I tittelen, og i saken for øvrig, ser vi de samme estetiske trekkene som i den falske nyheten. Til slutt ligner navnet «Denver Guardian» på et reelt avisnavn, som for eksempel den britiske avisen *The Guardian* og lokalavisen *Denver Post*.

4.1.2 Motiv: Leserbedrag

Mens falske nyheter etterligner nyhetssjangerens estetiske kjennetegn, etterlever de ikke nyhetssjangerens organisatoriske prosess eller intensjon; falske nyheter produseres ikke i tråd med den journalistiske verifikasjonsmetoden eller med mål om å etterstrebe idealer som sannhet, åpenhet og etterrettelighet (Lazer et al., 2018, s. 1094).

Etterligningen av noen, men ikke samtlige, av nyhetssjangerens kjennetegn, er bevisst. Ved å etterligne de estetiske trekkene ved nyhetssjangeren, søker produsenter av falske nyheter å skape inntrykket hos leseren av at også idealene som definerer nyhetssjangeren etterlevs i den falske nyheten. Bak falske nyheter ligger altså et bedragsforsøk, som regel enten økonomisk eller politisk motivert. Økonomisk vinning kan for eksempel komme av reklamegevinster av artikler delt på sosiale medier, mens politisk vinning kan være å påvirke opinion og skade eller fremme en politisk kandidat, en politisk sak eller et politisk standpunkt (Allcott & Gentzkow, 2017, s. 217; Althuis & Strand, 2018, s. 74; Kalsnes, 2018, s. 5).

Ved å etterligne nyhetssjangerens estetiske sjangertrekk, og derigjennom sende leseren signaler om at også nyhetssjangerens motiv ligger til grunn for den falske nyheten, inviterer produsenter av falske nyheter leseren til å inngå kontraktsforholdet som inngås i lesningen av en nyhetssak – faktakontrakten. I dette ligger et bedrag. Produsenten av den falske nyheten forsøker å få leseren til å inngå en faktakontrakt der en fiksjonskontrakt er den riktige (Behrendt, 2006, s. 19), og det ved å etterligne sjangerkonvensjoner med spesifikk tilknytning til idealer de falske nyhetene ikke selv deler: «[t]he defrauding of the listener (...) stems from deliberately withholding the genre-appropriate cues that orient one's anticipated movement through the text» (Brodie, 2018, s. 451).

Om leseren inngår denne kontrakten, er det altså fordi han eller hun villedes. I dette tilfellet velger leseren å lese saken med en forventning om, og tillit til, at informasjonen i saken er til å stole på, har vært gjenstand for journalistisk kvalitetssikring og at forfatterens virkelige motiv reflekteres i sjangertrekkene. En slik forventning er eksempelvis at eventuelle feil i saken er uintenderte og som regel vil rettes opp og beklages (Gelfert, 2018, s. 92). Med andre ord pakkes innhold – gjerne bestående av desinformasjon – inn i et sjangerformat som har som definitorisk kjennetegn at avsenderen intenderer å fortelle noe sant, viktig og nytt på en etterrettelig og hederlig måte, og hvis kjennetegn demokratiske borgere har blitt opplært til å kjenne igjen og forvente nettopp dette av (Brodie, 2018, s. 457).

Til sammen gir dette grunnlag for å definere falske nyheter som en egen sjanger bestående av *innhold som ikke har vært gjenstand for journalistisk prosess, men som likevel presenteres i et nyhetsformat for å få leseren til å tro at han eller hun står overfor en ekte nyhetssak bestående av sann informasjon. En falsk nyhet har altså til hensikt å villede leseren.* I denne definisjonen ser vi altså at innholdet i den falske nyheten spiller en rolle, men ikke er definerende for sjangeren. Snarere er det motivet som ligger bak innholdet – målet om å bedra leseren – som definerer sjangeren falske nyheter.

4.2 Problemet med å legge innhold til grunn for falske nyheter

Tidligere forskning på falske nyheter fokuserer gjerne på innhold. Implisitt (og noen ganger eksplisitt) antas det at vesensforskjellen mellom en nyhet og en falsk nyhet er at en nyhet formidler sann informasjon og en falsk nyhet formidler feil- eller desinformasjon. En slik forståelse finner vi blant annet hos Chelsea McManus og Celeste Michaud (2018, s. 19), som definerer falske nyheter som «the dissemination of false information via media channels (print,

broadcast, online). This can be deliberate (disinformation), but can also be the result of an honest mistake or negligence (misinformation)».

Premisset for denne forståelsen er altså at falske nyheter kan reduseres til innholdet de består av: informasjon som ikke er sann, og vise versa at også nyheter kan defineres ut fra innhold, nemlig informasjon som er sann. Som rapporten har vist, kan nyheter imidlertid inneholde feil så vel som fakta, og falske nyheter inneholde fakta så vel som feil:

Suggesting that fake news consists of completely fabricated claims and has no factual basis (...) mischaracterizes the phenomenon in important ways: much of the initial credibility of fake news derives from real-world back-stories, and almost all fake news purports to be about real-world actors and entities. After all, fake news purports to be news, not fiction (Gelfert, 2018, ss. 99–100).

Av denne enkle grunnen er det klart at nyheter og falske nyheter ikke kan defineres ut fra innholdet de består av. Resultatet av en innholdsorientert forståelse er at veien fra en nyhet til en falsk nyhet blir kort. Om en nyhet inneholder uintenderte feil (feilinformasjon), vil den ut fra denne forståelsen falle innunder kategorien falske nyheter. Med denne forståelsen, og mer generelt, som resultat av at falske nyheter defineres ut fra innhold, blir slett journalistikk, journalistikk som inneholder uintenderte feil, satire og falske nyheter kategorisert inn i samme sjanger (Brodie, 2018, s. 456; Jankowski, 2018, s. 252; Tandoc et al., 2018); om innhold blir det definerende kriteriet for hvorvidt en tekst er en nyhet eller en falsk nyhet, vil en sak som inneholder sann informasjon og som produseres av en ikke-journalist med mål om å vilde leseren til å tro at saken faktisk er produsert av en journalist og at innholdet er behandlet i tråd med journalistisk praksis, defineres som en nyhet. På samme vis vil en sak produsert av en journalist som har som mål å formidle noe sant, viktig og nytt for å opplyse leseren, defineres som en falsk nyhet dersom den inneholder feil.

Denne innsikten har implikasjoner både for hvordan vi forstår nyheter og falske nyheter, hvorvidt vi anser falske nyheter som et samfunnsproblem og hvordan vi, både som enkeltmennesker og stat, handler i møte med falske nyheter. En innholdsorientert forståelse impliserer at den eneste måten å avsløre en falsk nyhet på er å avdekke innholdsmessige feil i saken. Videre resulterer denne forståelsen gjerne i antakelsen om at spredning av fakta og dementering av faktisk usanne påstander er effektive tiltak mot det som da nødvendigvis (om alle feil i nyhetssaker gjør dem fortjent til benevnelsen falske nyheter) vil være en stor andel falske nyheter.

Rapporten tar ikke stilling til hvorvidt tiltak som dette kan være effektive. Den avviser imidlertid antakelsen som gjerne ligger bak bruken av, og troen på, slike tiltak, nemlig at falske nyheter defineres av innholdet de består av. Til forskjell fra en innholdsorientert forståelse, vil en motivorientert forståelse av falske nyheter gi rom for at feil kan forekomme i nyhetssjangeren. Ved å vektlegge journalisters motiv, fokuserer denne forståelsen på hvorvidt journalisten forsøker å opprettholde faktakontrakten han eller hun har invitert leseren til eller ikke. Fordi etterstrebbelsen av idealer imidlertid ikke bestandig resulterer i etterlevelsen av dem,

kan velmenende journalister begå feil uten at saken av den grunn slutter å være en nyhetssak; en nyhetssak kan være dårlig uten å være falsk. På samme vis gir denne tilnærmingen rom for at fakta kan forekomme i falske nyheter – eksempelvis som et grep tatt av produsenten av den falske nyheten for å få andre, usanne, deler av teksten til å fremstå som sanne, og dermed øke sjansen for at leseren inngår en faktakontrakt der en fiksjonskontrakt var riktig. Slik blir det mulig å trekke et meningsfullt skille mellom nyheter og falske nyheter.

En avklaring av hvorfor og hvordan et skille på lignende vis kan trekkes mellom falske nyheter og en annen sjanger den ofte kategoriseres med – satiren – kan illustrere hvorfor innhold (dog ikke uten betydning) ikke kan være det definerende elementet i falske nyheter, og hvorfor falske nyheter bør behandles som en egen sjanger.

Satiren formidler gjerne fabrikkert informasjon, og presenterer den gjerne i et nyhetsformat. Av den grunn, plasseres den gjerne i kategori med falske nyheter (inntil nylig var begrepet falske nyheter også assosiert med politisk og nyhetsrelatert satire, snarere enn fiendtlig spredning av forfalskede nyheter) (Gelfert, 2018, s. 92). Legger man imidlertid intensjon til grunn, ser man at intensjonen til en satiriker og intensjonen til produsenten av en falsk nyhet er vesensforskjellige.

Også her kan det være nyttig med et eksempel. I satiresaken fra *The New Yorker* med tittelen «Rex Tillerson: I Hope Trump Finds Out He's Impeached on Twitter» (Borowitz, 2018), er nyhetsformatet – på samme måte som i falske nyheter – tydelig etterlignet. Overskrift og innledning presenteres oppsummerende og akutt, teksten presenteres i den omvendte pyramiden, førstehåndskilde er gjengitt med sitat, og vitnebeskrivelser er inkludert. Likevel er det ikke en faktakontrakt satirikeren inviterer leseren til. En faktakontrakt inngås kun dersom leseren misforstår satirens sjangerkonvensjoner og paratekstuelle trekk (blant annet ved ikke å legge merke til benevnelsen 'satire', som i eksempelsaken) og feilaktig tror at han eller hun står overfor en ekte nyhetssak (Brodie, 2018, s. 456).

Mens satiren gjerne kan søke å avdekke og formidle noen høyere sannheter gjennom fabrikkert innhold – noe som blant annet er prosjektet til satirikere som Stephen Colbert, som har «adopted the fake (faux newscast and faux punditry) as a means of performance, all in an effort to uncover the real behind this fakery» (Jones & Baym, 2010, s. 288) – legger han opp til at leseren forstår at innholdet ikke skal tolkes bokstavelig. Mottakeren skal forstå at innholdet er oppdiktet, forvridt eller overdrevet. Dermed er det en fiksjonskontrakt satirikeren inviterer til.

Villedelse og bedrag er således ikke mål for satirikeren; satire som villeder er satire som har feilet (Borden & Tew, 2007, s. 306; Brodie, 2018, s. 456). Forutsetningen for satire er snarere at leseren forstår at forfatteren inviterer til en fiksjonskontrakt. Det er først når mottakeren er med avsenderen på notene – når «both the author and the reader or viewer share the joke» (Kalsnes, 2018, s. 5) – at mening kan skapes og satiren kan lykkes (Brodie, 2018, s. 454).

Med andre ord er vesensforskjellen mellom en satirisk nyhetssak og en falsk nyhet intensjon. Sandra L. Borden og Chad Tew (2007, s. 307) illustrerer dette ved å referere til Colberts uttalelse om at hans publikum må jobbe for å forstå satiren han serverer; produsenter av falske

nyheter, eller det de kaller forfalskere (counterfeiters), derimot, «hope their victims won't work hard». Mens en satiriker inviterer til- og opprettholder en fiksjonskontrakt, inviterer produsenter av falske nyheter til en faktakontrakt de selv ikke opprettholder. Dette underbygger argumentet om at motiv er sjangerdefinerende og at falske nyheter bør anses som en egen sjanger. Dette kan illustreres slik:

	Opprettholder kontrakt	Misligholder kontrakt
Faktakontrakt	Nyhet	Falsk nyhet
Fiksjonskontrakt	Satire	⁵

Tabell 4.1 Mens sjangertrekk inviterer leseren til å inngå en bestemt lesekontrakt, er det forfatterens motiv – hvorvidt han eller hun opprettholder kontrakten – som avgjør tekstens sjanger.

Her forstås de ulike kategoriene som ulike sjangre bestående av estetiske trekk som signaliserer et bestemt motiv, og der vi grovt sett kan skille mellom et edelt motiv og et bedragersk motiv – som videre manifesterer seg henholdsvis i forsøket på å opprettholde lesekontrakten, og forsøket på å bedra leseren. Det er altså intensjon som er definerende for sjangerinndelingen.

Intensjon er imidlertid ikke et enkelt fenomen. Eksempler på tilfeller som befinner seg i gråsonen mellom de to ytterpunktene – hederlige eller bedragerske hensikter – kan være at en journalist formidler innhold som er så selektivt at det blir misvisende eller regelrett feil, uten at han eller hun selv anser noe av innholdet som feilaktig eller uredelig. I dette tilfellet innfrir ikke journalisten institusjonens formaninger om etterstrebelse av ukompromittert sannhetssøken, kildekritikk og ikke minst selvkritikk, der han eller hun reflekterer over hvorvidt partiske eller feilaktige antakelser ligger til grunn for noe av innholdet i saken.

I et slikt tilfelle kan årsaken til at journalisten mislykkes i å se egne feil være falsk bevissthet (Hvidsten, 2016, s. 14; Wight, 2009, s. 57): Journalisten er overbevist om at hans eller hennes rasjonale for å skrive saken på den bestemte måten er hederlig og i tråd med journalistikkens idealer, mens sannheten er at andre motiver, som private ambisjoner og renommé, har hatt kompromitterende effekt på saken. I dette tilfellet er journalistens selvbedrag noe som gjør kategorisering av intensjon vanskelig; intensjonen hans eller hennes er ikke nødvendigvis tydelig eller entydig. Kanskje er den til og med noe annet enn vedkommende selv er klar over. Fordi sjangeren falske nyheter krever en bestemt og bevisst intensjon om å bedra, vil imidlertid ikke tilfeller som dette kvalifisere som en falsk nyhet.

Et annet eksempel som utfordrer kategoriseringen i denne rapporten, og som illustrerer hvordan innhold kan være svært viktig i falske nyheter, er tilfeller der mottakere inngår en bedragersk kontrakt ikke fordi han eller hun stoler på forfatterens sjangerplassering, men snarere fordi innholdet i saken understøtter hans eller hennes virkelighetsoppfatning (Bergh, 2019, s. 29).

⁵ En slik kategori er ikke diskutert i denne rapporten. Poul Behrendt (Behrendt, 2006) sentrerer imidlertid sin teori nettopp på denne kategorien, der skjønnlitterære forfattere inviterer leseren til et spill eller en *dobbeltkontrakt*. Her narres leseren til å tro at han eller hun står overfor et fiktivt verk når det motsatte er tilfelle. Målet er altså å villed leseren, men for å oppnå en kunstnerisk effekt.

Mens det teoretiske rammeverket tar høyde for at lesning er en samarbeidsprosess, at verken forfatter eller leser opptrer i vakuum og at begge parter har plikter og rettigheter i lesekontrakten, er bruken av strategiske narrativ rettet mot visse målgrupper gjennom falske nyheter et emne som faller utenfor rapportens omfang. Videre forskning kan imidlertid med fordel utvide diskusjonen til i større grad å omhandle leser, innhold og praksis som bryter med idealene denne rapporten i hovedsak har befattet seg med.

5 Oppsummering og konklusjon

Spørsmålene denne rapporten har søkt å belyse er hva som forener og skiller nyheter og falske nyheter og hvorvidt etterligning av nyhetssjangerens kjennetegn kan gjøre falske nyheter egnet til påvirkning. Noe av dette har foregående kapitler svart på. Kapittel 4 viste at nyheter og falske nyheter er ulike sjangre da de springer ut fra ulike motiv, men at de deler estetiske sjangertrekk. Dette viser likhetene og forskjellene mellom dem – noe som også gjør det mulig å identifisere hva som kjennetegner henholdsvis nyheter og falske nyheter.

Nyheter som sjanger

De estetiske konvensjonene som kjennetegner nyheter som sjanger er et tørt, økonomisk, akutt og faktisk språk, en selvsikker tone, relevanshierarki, grafiske og strukturelle markører som skal overbevise om at innholdet i saken er sant, viktig og nytt, innholdskategorier som tittel, ingress og brødtekst og et mediehus som avsender. Motivet som ligger bak nyhetssjangeren er ambisjonen om å bidra til offentlig kunnskap ved å formidle noe sant, viktig og nytt – og derfor også søke å etterleve presseetiske og profesjonelle krav til valg av saker, behandling av informanter og informasjon, kildekritikk, fremstillingen av saken og oppfølgingen av den. I nyhetssjangeren inviterer journalisten til en faktakontrakt han eller hun søker å opprettholde.

Falske nyheter som sjanger

De estetiske konvensjonene knyttet til falske nyheter er de samme som konvensjonene i en nyhetssak. Motivet bak en falsk nyhet er å villede leseren til å tro at den falske nyheten er en nyhet – det vil si villede leseren til å tro at et annet motiv enn villedningen faktisk ligger bak saken og har vært førende for sakens prosess. Videre kan målet være å påvirke en målgruppe politisk, eller å vinne økonomisk på at lesere klikker på saken. Uavhengig av hva som er produsentens virkelige mål med den falske nyheten, vil villedning av leseren være forutsatt for at dette målet skal nås. Et leserbedrag er derfor et definitorisk trekk ved falske nyheter. Dette motivet skiller falske nyheter inn i en egen sjanger, vesensforskjellig fra nyhetssjangeren. I sjangeren falske nyheter inviterer produsenten til en faktakontrakt han eller hun misligholder.

Hva forteller dette oss? Er nyhetssjangerens kjennetegn spesielt egnet til påvirkning? Det teoretiske rammeverket fra kapittel 3 forteller oss at sjanger har en funksjon. Lesere som er sosialisert inn i et samfunn og som har erfart ulike sjangre, er lært opp til å kjenne igjen, sammenligne og skille tekstformer fra hverandre gjennom sjangerlære, sjangertrekk og sjangerkonvensjoner. De estetiske sjangertrekkene er en fortolkningsnøkkel fra avsender til mottaker som sier noe om tekstens motiv.

For at leseren skal forstå teksten, forutsettes en grad av tillit og en grad av samspill mellom avsender og mottaker. Denne interaksjonen lignes med en kontrakt, der det avgjørende er hvorvidt teksten skal leses som faktisk eller fiktiv. Også i denne kontraktinngåelsen er sjanger av betydning, da det er på grunnlag av avsenderens sjangerplassering at leseren velger om han eller hun skal inngå kontrakten forfatteren inviterer til. Om leseren velger å inngå kontrakten forfatteren inviterer til, er det fordi han eller hun har tillit til at forfatterens virkelige motiv med teksten reflekteres i sjangersignalene forfatteren sender. For nyhetssjangeren vil dette si at en leser som inngår faktakontrakten avsenderen inviterer til gjør det fordi han eller hun har tillit til at motivet for teksten faktisk gjenspeiles av de språklige, strukturelle og paratekstuelle trekkene ved sjangeren.

Her ligger nyhetssjangerens funksjon. Tilliten som kreves for at leseren skal inngå en faktakontrakt i møte med nyhetssaker er kapital den journalistiske institusjonen møysommelig har bygget opp over tid, blant annet ved å forplikte seg til idealer og profesjonelle standarder:

Hva er det journalistikken kan som ingen annen gjør like godt? Hva kan den profesjonelle journalisten by på som ikke borgerjournalisten og bloggeren kan varte opp med? Jo, den institusjonelle forankringen gjør ideelt sett journalisten til en garantist for relevant informasjon håndtert i henhold til noen kriterier og kvalitetsstandarder (Eide, 2011, s. 86).

Utover den institusjonelt forankrede tilliten knyttet til nyhetssjangeren, er nyhetsformatet utviklet for å legge til rette for overbevisende og effektiv nyhetsformidling. Dette bidrar gjerne til forventninger om faktualitet, sannferdighet og relevans (Altheide, 2004, s. 4). En av deloverskriftene i Teun van Dijks bok *News as Discourse* (van Dijk, 1988, s. 83) er talende: «The effectiveness of News: Suggesting Factuality». Ian Brodie (2018, s. 452) beskriver denne samme forbindelsen mellom nyhetssjangerens konvensjoner og leserens forventning om faktualitet og relevans når han skriver at falske nyheter tar i bruk «the form of the newspaper article, for centuries our default public genre for describing objective reality both through its explicit advertizing to sources and data and through the aridity of its disinterested prose style». Her anvendes «narratives built upon the pre-existent aesthetic structure of the news story, a form of public expression connoting fact» (Brodie, 2018, s. 457). Både de estetiske trekkene ved nyhetssjangeren og motivet de skal signalisere kan altså overbevise leseren om at en faktakontrakt kan inngås.

Dette forsøkes utnyttet i sjangeren falske nyheter. Nyhetssjangerens estetiske kjennetegn etterlignes fordi de egner seg til effektiv nyhetsformidling, men mest av alt for å få leseren til å tro at motivet som ligger bak saken er et annet enn det egentlig er, og at saken dermed tilhører

en annen sjanger enn den egentlig gjør. Til sammen skal dette øke sjansen for et Leserbedrag – ved å få leseren til å tro at han eller hun trygt kan inngå en faktakontrakt med avsenderen selv om en fiksjonskontrakt er den riktige.

5.1 Implikasjoner for mottiltak: Hvordan forhindre Leserbedrag?

Denne rapporten fokuserer ikke på hvordan individer eller stater kan forsvare seg mot den eventuelle effekten av falske nyheter. Undersøkelsen av mekanismene som iverksettes av sjangerplassering generelt og plassering av en tekst i nyhetssjangeren spesielt, har imidlertid noen implikasjoner for studiet av forsvar mot fiendtlig påvirkning ved bruk av falske nyheter.

Det teoretiske rammeverket forteller oss at leseren er en aktiv del av leseprosessen, og at frivillig deltakelse fra leseren er nødvendig for at forfatteren skal få med seg leseren på notene. Om leseren finner grunn til å mistro at signalene han eller hun sendes gjennom plasseringen av teksten i en sjanger faktisk er de riktige, kan han eller hun velge enten ikke å lese teksten eller å inngå den andre mulige kontrakten; mistenker leseren at avsenderen har plassert teksten i nyhetssjangeren på gale premisser, kan han eller hun heller velge å lese teksten ut fra en fiksjonskontrakt. Denne beslutningen skjer i øyeblikket Genette (1997, s. 2) kalte en terskel.

Leseren har altså både frihet og ansvar i møte med en tekst. Terskelen der paratekst og sjangertrekk vurderes og der leseren velger om han eller hun skal inngå kontrakten forfatteren inviterer til eller ikke, vil kunne være øyeblikket der bedragsforsøket avdekkes og avverges av leseren selv. Kanskje vil dette også kunne avverge påvirkning: Om leseren ikke leser den falske nyheten eller velger å lese den med en fiksjonskontrakt, er det nærliggende å tenke at sannsynligheten for påvirkning er liten.

Rammeverket forteller oss også at leseren må ha erfart ulike sjangre for å kunne gjenkjenne og skille mellom dem. Det vil si at erfaring med sjangeren falske nyheter vil kunne lære lesere å gjenkjenne dem og å skille mellom nyheter og falske nyheter.

Til slutt forteller rammeverket oss at lesningen av tekst ligner et kontraktsforhold mellom avsender og mottaker som krever noe av begge parter. Det journalistiske oppdraget om å bidra til offentlig kunnskap for demokratets beste kan ikke oppnås av den journalistiske profesjonen alene, men er avhengige av at borgere tar sin del av ansvaret. I hovedsak handler dette ansvaret om aktivt å søke kunnskap og tilegne seg denne på etterrettelig, kildekritisk vis, og ta beslutninger på grunnlag av dette – og dermed ha mulighet til å delta i samfunnet som borgere i et demokrati: «the press needs a public willing to take the time to inform itself, that will engage and talk to journalists and one another, that is willing to invest resources for quality of information» (C. Marvin & Meyer, 2005, s. 409).

De er også avhengige av at makthavere i demokratiet aktivt støtter demokratiske prinsipper som pressefrihet og ytringsfrihet – både ved å unngå å innskrenke eller motarbeide disse prinsippene politisk eller lovlig, ved å stille til rådighet for pressen og ved å stille krav til, og ha tillit til, en fungerende, profesjonell og etisk presse. Helle Sjøvaag (2010, s. 885) formulerer det slik:

In contractarian terms, the duty of the journalist is to abide by the rules of professionalism and the obligations of the social contract. But the fulfilment of this duty is in turn dependent on the other contractual partners, i.e. the public and the state, also meeting their obligations under the same contract.

I sum impliserer rammeverket at økt bevissthet rundt sjangeren falske nyheter, og påfølgende motvilje til å gå med på bedragsforsøket avsenderen inviterer til, kan være et mulig forsvar mot en eventuell påvirkningseffekt gjennom falske nyheter. Det samme kan en vektlegging av ansvaret som ligger på både individ og stat i kontraktsforholdet med nyhetsjournalistikken. For virkelig å gå i dybden på forsvar og mottiltak her, trengs imidlertid forskning dedikert spesifikt til dette spørsmålet. Kanskje kan tilnærmingen til falske nyheter som en egen sjanger være fruktbar for slik forskning.

5.2 Konklusjon

Rapporten har tatt sikte på å undersøke likhetene og forskjellene mellom nyheter og falske nyheter, og hvorvidt og hvordan etterligning av nyhetssjangeren kan være egnet til påvirkning. Undersøkelsen har lagt et sjangerteoretisk rammeverk til grunn, der falske nyheter behandles som en egen sjanger bestående av innhold som ikke har vært gjenstand for journalistisk prosess, men likevel presenteres i et nyhetsformat for å villedes leseren til å tro at han eller hun står overfor en nyhetssak.

Det teoretiske rammeverket forteller oss at sjanger generelt og nyhetssjangeren spesielt har en iboende funksjon, i den forstand at lesningen av teksten instrueres av signalene forfatteren sender gjennom plasseringen av teksten i en sjanger samt den paratekstuelle konteksten for teksten. For at sjangerens funksjon skal iverksettes, forutsettes det imidlertid en grad av tillit hos leseren til at forfatterens virkelige motiv med teksten reflekteres i sjangersignalene. Denne tilliten blir utslagsgivende for hvordan leseren oppfatter teksten, da det avgjør om en fakta- eller en fiksjonskontrakt inngås.

Nyhetsjangeren kjennetegnes av en rekke estetiske karakteristiske trekk i alt fra språk og format til metode og institusjon. Mest av alt preges den imidlertid av forpliktelsen til et samfunnsoppdrag om å formidle noe nytt, sant og relevant for en demokratisk offentlighet. Motivet om å utføre dette oppdraget på best mulig vis – gjennom forpliktelsen til strenge etiske og profesjonelle idealer – er kjernen i nyhetssjangeren. Det er dette motivet som signaliseres til leseren gjennom nyhetssjangerens formelle og språklige trekk. Om nyhetssaken leses i faktakontrakten journalisten inviterer til, er det fordi leseren har tillit til at journalistens motiv gjenspeiles i signalene han eller hun sender til leseren gjennom sjanger. Den journalistiske institusjonen har opparbeidet slik tillit over tid, gjennom forpliktelsen til idealer og ved å ta i bruk språklige og strukturelle virkemidler for å sikre troverdig og effektiv nyhetsformidling.

Dette utnyttes av sjangeren falske nyheter. Forventningen om sant og viktig innhold, en redelig intensjon og profesjonell og etisk informasjonshåndtering som leseren gjerne har til en

nyhetssak, søkes oppnådd gjennom å etterligne nyhetsformatet og dermed få leseren til å tro at den journalistiske hensikten og metoden ligger bak den falske nyheten, og at han eller hun kan stole på innholdet i saken. Hensikten bak en falsk nyhet er altså å bedra leseren og igangsette mekanismene som gjerne er i spill i lesningen av en nyhetssak. Ved å få leseren til å tro at han eller hun står overfor en nyhetssak, kan det føre til at leseren forventer noe sant, viktig og nytt, stoler på at motivet bak saken er det journalistiske motivet, og at en journalistisk institusjon har gått god for innholdet. Dermed inngår leseren en faktakontrakt. Her ligger nyhetssjangerens potensielle nytteverdi for produsenter av falske nyheter: ved å etterligne kjennetegn som er utviklet for å få leseren til å inngå en faktakontrakt med nyhetsjournalisten, kan de øke sjansen for at leseren inngår en faktakontrakt med produsenten av en falsk nyhet. Med det, har et leserbedrag funnet sted.

Referanser

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Allern, S. (2018). *Journalistikk og kildekritisk analyse*. Oslo: Cappelen Damm.
- Altheide, D. A. (2004). Media Logic and Political Communication. *Political Communication*, (21), 293–296.
- Althuis, J., & Strand, S. (2018). Countering Fake News. In J. Althuis & L. Haiden (Eds.), *Fake News: A Roadmap* (pp. 68–77). Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Appel, M., & Malečkar, B. (2012). The Influence of Paratext on Narrative Persuasion: Fact, Fiction, or Fake? *Human Communication Research*, 38(4), 459–484. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2012.01432.x>
- Austin, J. L. (2000). *How to do things with words* (2nd ed.; J. O. Urmson & M. Sbisà, eds.). Massachusetts: Harvard University Press.
- Bakshy, E., Messing, S., & Adamic, L. A. (2015). Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook. *Science*, 348(6239), 1130–1132. <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>
- Barthes, R. (1967). The Death of the Author. *Aspen*, (5–6), 1–6.
- Bawarshi, A. S. (2000). The Genre Function. *College English*, 62(3), 335. <https://doi.org/10.2307/378935>
- Bawarshi, A. S., & Reiff, M. J. (2010). *Genre: An Introduction to History, Theory, Research, and Pedagogy*. West Lafayette, Ind.: Parlor Press ; WAC Clearinghouse.
- Baym, G. (2010). Real News/Fake News: Beyond the News/Entertainment Divide. In *The Routledge Companion to News and Journalism*. London: Routledge.
- Bazerman, C. (1997). The Life of Genre, the Life in the Classroom. In W. Bishop & H. Ostrom (Eds.), *Genre and Writing* (pp. 19–26). Portsmouth: Boynton/Cook.
- Behrendt, P. (2006). *Dobbeltkontrakten. En æstetisk nydannelse*. Gylling: Gyldendal.
- Bergh, A. (2019). *From network centric warfare to warfare centric networks: Understanding influence operations in social media* (FFI-Rapport No. 19/01194; pp. 4–57). Kjeller: Forsvarets forskningsinstitutt.
- Berkenkotter, C., & Huckin, T. (1995). *Genre Knowledge in Disciplinary Communication*. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum.

-
-
- Bhatia, V. K. (1997). The Power and Politics of Genre. *World Englishes*, 16(3), 359–371.
<https://doi.org/10.1111/1467-971X.00070>
- Borden, S. L., & Tew, C. (2007). The Role of Journalist and the Performance of Journalism: Ethical Lessons From “Fake” News (Seriously). *Journal of Mass Media Ethics*, 22(4), 300–314.
<https://doi.org/10.1080/08900520701583586>
- Borowitz, A. (2018, March 14). Rex Tillerson: I Hope Trump Finds Out He’s Impeached on Twitter. *The New Yorker*. Retrieved from <https://www.newyorker.com/humor/borowitz-report/rex-tillerson-i-hope-trump-finds-out-hes-impeached-on-twitter>
- Brodie, I. (2018). Pretend News, False News, Fake News: The Onion as Put-On, Prank, and Legend. *The Journal of American Folklore*, 131(522), 451–459.
<https://doi.org/10.5406/jamerfolk.131.522.0451>
- Broersma, M. (2013). A Refracted Paradigm. Journalism, Hoaxes and the Challenge of Trust. In C. Peters & M. Broersma (Eds.), *Rethinking Journalism. Trust and Participation in a Transformed News Landscape* (pp. 28–44). London: Routledge.
- Burke, K. (1945). *The Grammar of Motives*. New York: Prentice Hall.
- C. Marvin, & Meyer, P. (2005). What kind of journalism does the public need? In G. Overholser & K. H. Jamieson (Eds.), *The Press* (pp. 400–411). Oxford, UK: Oxford University Press.
- Citron, D., & Chesney, R. (2018, December 11). Deepfakes and the New Disinformation War. *Foreign Affairs*, (January/February 2019). Retrieved from <https://www.foreignaffairs.com/articles/world/2018-12-11/deepfakes-and-new-disinformation-war>
- Cohen, R. (1986). History and Genre. *New Literary History*, 17(2), 203–218.
<https://doi.org/10.2307/468885>
- Derrida, J., & Ronell, A. (1980). The Law of Genre. *Critical Inquiry*, 7(1), 55–81.
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442–464.
- Dilthey, W. (1989). *Introduction to the Human Sciences*. Princeton: Princeton University Press.
- Eide, M. (2011). *Hva er journalistikk*. Oslo: Universitetsforlaget.
- European Commission. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*. Directorate-General for Communication Networks, Content and Technology.

-
- Farkas, J., & Schou, J. (2018). Fake News as a Floating Signifier: Hegemony, Antagonism and the Politics of Falsehood. *Javnost - The Public*, 25(3), 298–314.
<https://doi.org/10.1080/13183222.2018.1463047>
- Fisher, W. R. (1970). A Motive View of Communication. *Quarterly Journal of Speech*, 52(2), 131–139.
- Foucault, M. (1969, February). *What is an Author?* Forelesning presented at the Collège de France. Collège de France.
- Frye, N. (2000). *Anatomy of Criticism. Four Essays* (15th ed.). Princeton: Princeton University Press.
- Gelfert, A. (2018). Fake News: A Definition. *Informal Logic*, 38(1), 84–117.
- Genette, G. (1997). *Paratexts: Thresholds of Interpretation*. Cambridge University Press.
- Goodrich, D. S. (1990). Introduction: Genre Studies. *Dispositio*, 15(39), iii–xi.
- Guess, A., Nagler, J., & Tucker, J. (2019). Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*, 5(1), eaau4586.
<https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
- Habermas, J. (1993). *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society* (5th ed.). Massachusetts: The MIT Press.
- Hvidsten, A. H. (2016). *Beyond Reification and Deconstruction: Towards a Dialogical Approach to Theorizing International Politics* (PhD Thesis). Universitetet i Oslo, Oslo.
- Hvidsten, A. H., & Bratberg, Ø. (2018). *Hva er statsvitenskap*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hyland, K. (2002). Genre: Language, Context, and Literacy. *Annual Review of Applied Linguistics*, 22, 113–135.
- Intelligence Community Assessment. (2017). *Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Elections* (ICA Report No. ICA 2017-01D; pp. 1–25). Office of the Director of National Intelligence.
- Jankowski, N. W. (2018). Researching Fake News: A Selective Examination of Empirical Studies. *Javnost: The Public*, 25(1–2), 248–255.
- Jones, J. P., & Baym, G. (2010). A Dialogue on Satire News and the Crisis of Truth in Postmodern Political Television. *Journal of Communication Inquiry*, 34(3), 278–294.
<https://doi.org/10.1177/0196859910373654>

-
- Kalsnes, B. (2018). Fake News. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 1–24. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.809>
- Khaldarova, I., & Pantti, M. (2016). Fake News: The narrative battle over the Ukrainian conflict. *Journalism Practice*, 10(7), 891–901. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1163237>
- Kragh, M., & Åsberg, S. (2017). Russia's strategy for influence through public diplomacy and active measures: the Swedish case. *Journal of Strategic Studies*, 40(6), 773–816. <https://doi.org/10.1080/01402390.2016.1273830>
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Levine, T. R. (2018). *Scientific Evidence and Cue Theories in Deception Research: Reconciling Findings From Meta-Analyses and Primary Experiments*. 19.
- McManus, C., & Michaud, C. (2018). Never Mind the Buzzwords: Defining Fake News and Post-Truth. In J. Althuis & L. Haiden (Eds.), *Fake News: A Roadmap* (pp. 14–20). Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Midgaard, K., Stenstadvold, H., & Underdal, A. (1973). An Approach to Political Interlocutions. *Scandinavian Political Studies*, 8, 9–36.
- Miller, C. (1984). Genre as Social Action. *Quarterly Journal of Speech*, 70, 151–167.
- Næss, A. (1953). *Interpretation and Preciseness. A Contribution to the Theory of Communication*. Oslo: Grøndahl og Søns boktrykkeri.
- Norsk presseforbund. (2019). *Vær Varsom-plakaten*. Retrieved from <http://presse.no/pfu/etiske-regler/vaer-varsom-plakaten/>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2017). Who Falls for Fake News? The Roles of Analytic Thinking, Motivated Reasoning, Political Ideology, and Bullshit Receptivity. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3023545>
- Romarheim, A. (2005). *Crossfire of Fear: Propaganda in the US War on Terrorism* (Hovedoppgave i Statsvitenskap, Det samfunnsvitenskapelige fakultet). Universitetet i Oslo, Oslo.
- Romarheim, A. (2015). *War at Home: Strategic Narratives of the War on Terrorism* (PhD Thesis). King's College London, London.
- Rosmarin, A. (1985). *The Power of Genre*. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Schudson, M., & Anderson, C. W. (2009). Objectivity, Professionalism, and Truth Seeking in Journalism. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 88–102). New York: Routledge.

Shusterman, R. (1988). Interpretation, Intention, and Truth. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 46(3), 399–411. <https://doi.org/10.2307/431110>

Silverblatt, A. (2007). *Genre Studies in Mass Media: A Handbook*. New York: M.E. Sharpe.

Sjøvaag, H. (2010). The Reciprocity of Journalism's Social Contract. *Journalism Studies*, 11(6), 874–888. <https://doi.org/10.1080/14616701003644044>

Sjøvaag, H. (2018). Journalism's Social Contract. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, 1–19.

Svennevig, J. (2018). sjanger. In *Store norske leksikon*. Retrieved from <http://snl.no/sjanger>

Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>

Usher, N. (2017a). Breaking news production processes in US metropolitan newspapers: Immediacy and journalistic authority. *Journalism*, 1–16.

Usher, N. (2017b). Re-thinking Trust in the News. *Journalism Studies*, 1–15.

van Dijk, T. A. (1988). *News as Discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe.

Westlund, O. (2017). Journalistik och falska nyheter. *Norsk medietidsskrift*, 24(04), 1–6. <https://doi.org/10.18261/issn.0805-9535-2017-04-05>

Wight, C. (2009). *Agents, Structures and International Relations. Politics as Ontology*. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511491764>

About FFI

The Norwegian Defence Research Establishment (FFI) was founded 11th of April 1946. It is organised as an administrative agency subordinate to the Ministry of Defence.

FFI's MISSION

FFI is the prime institution responsible for defence related research in Norway. Its principal mission is to carry out research and development to meet the requirements of the Armed Forces. FFI has the role of chief adviser to the political and military leadership. In particular, the institute shall focus on aspects of the development in science and technology that can influence our security policy or defence planning.

FFI's VISION

FFI turns knowledge and ideas into an efficient defence.

FFI's CHARACTERISTICS

Creative, daring, broad-minded and responsible.

Om FFI

Forsvarets forskningsinstitutt ble etablert 11. april 1946. Instituttet er organisert som et forvaltningsorgan med særskilte fullmakter underlagt Forsvarsdepartementet.

FFIs FORMÅL

Forsvarets forskningsinstitutt er Forsvarets sentrale forskningsinstitusjon og har som formål å drive forskning og utvikling for Forsvarets behov. Videre er FFI rådgiver overfor Forsvarets strategiske ledelse. Spesielt skal instituttet følge opp trekk ved vitenskapelig og militærteknisk utvikling som kan påvirke forutsetningene for sikkerhetspolitikken eller forsvarsplanleggingen.

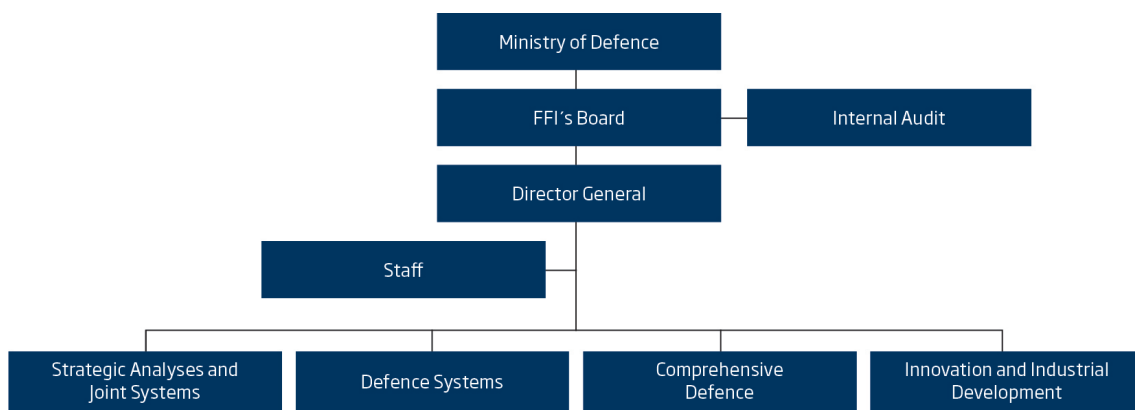
FFIs VISJON

FFI gjør kunnskap og ideer til et effektivt forsvar.

FFIs VERDIER

Skapende, drivende, vidsynt og ansvarlig.

FFI's organisation



Forsvarets forskningsinstitutt
Postboks 25
2027 Kjeller

Besøksadresse:
Instituttveien 20
2007 Kjeller

Telefon: 63 80 70 00
Telefaks: 63 80 71 15
Epost: ffi@ffi.no

Norwegian Defence Research Establishment (FFI)
P.O. Box 25
NO-2027 Kjeller

Office address:
Instituttveien 20
N-2007 Kjeller

Telephone: +47 63 80 70 00
Telefax: +47 63 80 71 15
Email: ffi@ffi.no