

## Innspill til Strategi for å styrke befolkningens motstandskraft mot desinformasjon

Vi vil takke for muligheten vi fotograforganisasjoner har fått til å sende innspill til departementets arbeid med strategi for å styrke befolkningens motstandskraft mot desinformasjon. Dette er problemstillinger fotograforganisasjonene er opptatte av, og mener det er bra at regjeringen har bestemt seg for å lage en strategi på feltet.

### Dette innspillet er det følgende organisasjoner som står bak:

Norges Fotografforbund (NFF) – Norges eldste og største organisasjon for profesjonelle fotografer. Vi ble stiftet i 1894 og har i dag rundt 500 medlemmer. Vi er åpne for profesjonelle fotografer i alle sjangere, og blant våre medlemmer finnes blant annet både portrettfotografer, bryllupsfotografer, eiendomsfotografer, reklamefotografer, kunstfotografer, musikkfotografer og naturfotografer. Norske reklamefotografer (NRF) gikk inn som en del av NFF i 2020. Les mer om NFF [her](#).

Institusjonsfotografenes (IFF) – ble stiftet i 1972, har i dag over 140 medlemmer og er en landsdekkende organisasjon. De fleste medlemmene er ansatt ved museer, sykehus, forskningsinstitusjoner, arkiv, politi, universiteter, industri, forsvar og tekniske etater. Våre medlemmer jobber med fotografi enten som fotografer, arkivarer eller i tilstøtende stillinger hvor bevaring og formidling av bilder står sentralt. Les mer om IFF [her](#).

Norske Naturfotografer (NN) – Ble stiftet i 1976 og har 72 medlemmer. Norske Naturfotografer (NN) er en uavhengig forening for helt eller delvis profesjonelle norske naturfotografer. Foreningen skal ivareta medlemmenes faglige og økonomiske interesser, samt bidra til å høyne det faglige nivået hos norske naturfotografer og styrke naturfotografiets stilling og anseelse i Norge. Les mer om NN [her](#).

### Avgrensning

Innholdet i strategien skal, slik vi har forstått det, være ganske omfattende. Vi kommer ikke til å kommentere på alle temaene, men begrense oss til å kommentere det som er spesielt relevant for fotografer og fotografiet. Da en stor bredde av medieorganisasjoner allerede er involvert i prosessen, har vi dessuten valgt å ikke gå særlig inn i pressefotografiet og medienes troverdighet. Det er en svært viktig problemstilling, men her er nok innspillene dere allerede har fått, dekkende. Vi vil legge særlig vekt på problemstillinger rundt merking av bilder og bilder som dokumentasjon.

## Fotografiets troverdighet og kunstig intelligens til nytte og besvær

Siden verdens første vellykkede fotografi ble tatt i 1826, med hele åtte timers eksponeringstid, og til at nå alle har et kamera i telefonen sin, har fotografiet gått gjennom en enorm utvikling. Sølvplater, våtplater, tørrplater, rullefilm og digitale bilder. Teknologien har utviklet seg enormt, men likevel har fotografiene tatt med ulike metoder, hatt det til felles at det er snakk om å tegne med lys – som ordet fotografi betyr. Med kunstig intelligens kan man nå generere bilder av ting og personer som ikke finnes, uten bruk av kamera. Riktignok basert på uante mengder med eksisterende fotografier. KI-genererte bilder kan ikke lenger defineres som fotografi – altså tegne med lys – men ser likevel ut som fotografier. Dette åpner for nye problemstillinger.

Siden fotografiet ble oppfunnet har man kunne manipulere det på ulike måter. Vi har mange eksempler på det fra totalitære stater som Sovjetunionen og Kina. Likevel har det blitt brukt som sannhetsvitne og som bevis. Ikke fordi det var 100 % sikkert, men da man kunne gå tilbake til negativer og RAW-filer, var det ofte sikkert nok. Med utviklingen av teknologien har det blitt stadig enklere å endre innholdet i bilder. Vi må utvikle metoder som gjør at vi ikke ender i den situasjonen at vi ikke kan tro på noen bilder. Her blir de redaktørstyrte medienes troverdighet og evne til å faktasjekke sentralt, den problemstillingen er nok godt dekket av medieorganisasjonene. Men også den enkelte fotografs troverdighet blir viktig, det å kunne spore bilder til kilden.

Organisasjonene som står bak dette innspillet, har gjort en spørreundersøkelse med tema KI blant våre medlemmer.

Et flertall av fotografer bruker ofte KI-drevne hjelpeverktøy, for eksempel til enkel retusjering eller en generell forbedring av bildekvalitet. Noen fotografer uttrykker skepsis og velger bort KI, spesielt de som jobber med dokumentarfotografi og ønsker et mest mulig autentisk uttrykk.

Det respondentene ser på som positivt med KI, er at det gir effektivitetsfordeler, som raskere redigering og enkel fjerning av bakgrunns-elementer, noe som sparer tid og reduserer arbeidsbelastningen.

Samtidig er mange bekymret for at KI kan redusere behovet for fotografer, spesielt når KI brukes til oppgaver som tidligere krevde en fotograf. Det skaper også usikkerhet om bilders autentisitet, noe som kan svekke tilliten til fotografi som medium.

Mulighetene og truslene som ligger i KI vil selvsagt variere fra fotosjanger til fotosjanger. Det er opplagt at truslene er flere for pressefotografiet, og mulighetene flere for kunstfotografiet, som nok er ytterpunktene. Men mellom der er det mange problemstillinger. Eiendomsfotografer kan oppleve et visst press til å pynte på

bildene de tar for at flere skal komme på visning. Naturfotografene som ligger timevis i naturen og venter på det rette øyeblikket, kan bli utkonkurrert av aktører som bruker KI til å legge inn ønskede elementer. For reklamefotografer er det problematisk at bilder med lett retusjerte mennesker må merkes, men det er ingen regulering rundt bruk eller merking av KI-genererte bilder.

Bruken av KI innenfor en sjanger hvor konsekvensene isolert sett ikke har stor betydning kan likevel ha betydning for troverdigheten til bilder i sjangrer der det er viktig.

Tilsvarende problemstillinger blir det for de som er mottakere av disse bildene. Hvilke bilder kan man tro på? Hvis man er vant til at alle boliger ser litt dårligere ut i virkeligheten enn i annonsen, så vil man kanskje ikke gå på visning der fotografen ikke har pyntet på virkeligheten. Med utstrakt bruk av KI i naturbilder, kan også menneskets oppfatning av naturen endres. KI kan brukes til å legge inn elementer som ganske enkelt ikke finnes i naturen. Menneskers oppfatning av hva som er virkelig og ikke, kan få politiske konsekvenser og dermed påvirke vårt syn på miljøvern. Kan man tro at KI-genererte reklamebilder er ekte, mens der man har retusjert huden litt på grunn av skarp lyssetting, bare er juks?

## Merking og annen regulering

Problemstillingene vi nevner her berører styring, og virkemidler som for eksempel merking. Spørsmålet er ikke om vi skal ha KI, men hvordan bruken av KI bør reguleres. Kanskje det verst tenkelige scenariet er der man sår tvil om alt innhold. Eirin Larsen i Dagens Næringsliv oppsummerer dette godt i artikkelen «Når alt kan være falskt, trenger jo ingenting å være ekte» (DN 28.juli 2024):

*«Uten bevissthet om at dypfalsk-teknologi finnes – at det falske kan virke virkelig, blir vi lette ofre for svindel og manipulasjon. Men jo mer vi legger til grunn at alt kan være falsk, jo lettere kan det bli å undergrave det som er ekte.»*

En form for regulering kan demme opp for at vi havner i en situasjon der man tenker at man ikke kan stole på noe.

## Merking

Her er det som kjent flere veier å gå: En kan merke KI-genererte bilder, eller en kan merke verifiserte bilder. En kan merke visuelt, slik at det er synlig for leseren. En kan merke i metadata. Vi har ingen endelig konklusjon på hva som er den rette veien her, og her vil EU spille en avgjørende rolle, men vil belyse noen problemstillinger.

### Visuell merking av KI-bilder

For at merkingen skal kunne føre til større motstandskraft mot desinformasjon, må det være tydelig både for den som skal merke og den som skal se merket, hva merket faktisk betyr. Vi må vite hva som er gjort med bildet når det er blitt merket.

Dette er komplisert, for hva skal være kriteriene for merking? Skal kun rene KI-genererte bilder merkes, eller skal alle bilder der KI er brukt merkes? Det siste vil i praksis bety at omtrent alle fotografier må merkes. Hva vil merkets effekt være når folk har sett dette merket i noen år? Vil det være tydelig hva som er gjort med det?

NFF og reklamefotografene har nå fått erfaring med et merkekrav på retusjerte personer i reklamebilder, siden forskrift om merking av retusjert reklame ble innført i juli 2022. Forskriften og medfølgende veileder fra Forbrukertilsynet bærer tydelig preg av at fotograforganisasjonene ikke ble involvert i prosessen. Vi støtter fullt ut intensjonen om å skape mindre kroppspress, vi tror bare ikke den fungerer etter hensikten slik den nå er. De viktigste årsakene til det er:

- Den skjærer all retusj av mennesker over en kam; vanlig retusj som endrer fargen på hud, tar bort en kvise osv. må merkes på samme måte som når du endrer kroppsform, tar bort rynker mm. Som mottaker vet en ikke hva som er gjort med et bilde.
- Utenlandske aktører som har reklamer i Norge, merker omtrent alt for sikkerhets skyld. Til og med der det ikke er mennesker. Dette gjør at vi ikke lenger legger merke til det – og formålet undergraves
- I Norge sminkes mer i forkant for å kompensere for det man ikke kan gjøre i etterkant.
- Privatpersoner (grenseovergang til influensere) fortsetter å retusjere, bruke filter mm.

I dag er det ikke tilsvarende krav til at KI-genererte reklamebilder må merkes, og slik vi har skjønnet det ligger det heller ikke an til dette i regelverket som blir innført fra EU. Dette gjør merkekravet til retusjert reklame enda mer problematisk. Det betyr ikke at vi mener at dersom man da endrer denne forskriften til å omfatte KI-genererte bilder, så vil alt løse seg. De erfaringene som nå er gjort om merkekravet til retusjerte bilder, må tas med i arbeidet med innføring av merking av KI-genererte bilder.

Det blir viktig å lage tydelige grenser for hva som skal merkes og ikke. Det må også være tydelig for målgruppen for denne merkingen, hva merkingen betyr for at dette skal bidra til å styrke motstandskraften mot desinformasjon. Vi mener at bilder med KI-genererte mennesker bør merkes synlig.

Nylig hadde [Friele](#) en reklame der de oppfordret til å gi støtte til Kirkens Bymisjon. Bildene som først ble brukt var KI-genererte, og skulle skape empati og med det få folk til å donere penger til en veldedig organisasjon. Kampanjen møtte stor motstand og Friele valgte å bytte ut bildene med bilder tatt av en fotograf og av ekte mennesker. [Elkjøp](#) har nå latt seg inspirere av en Jaguarreklame uten bil, til å lage en reklame for sine produkter fra det de sier er fra før elektrisiteten ble oppfunnet. Resultatet er en eldre klesstil uten rot i historisk virkelighet, for vi kan ikke definere for KI hvordan plaggene spesifikt skal se ut. Vi ender da opp med en falsk gjengivelse av historien, med stor mulighet for å blande årstall, epoker, sosiale klasser mm. Vi hører fra reklamebyråer at stadig flere kunder vil bruke bilder med KI-genererte mennesker, fordi de sparer penger og slipper risiko for eventuell merking.

Vi har nå hatt mer enn to år med merking av retusjerte reklamebilder, og vi mener det er på tide å evaluere og revidere både forskrift og medfølgende veileder. Vet folk hva som kan være gjort med et bilde som er merket med «Retusjert person – Reklame»? Legger folk merke til det? Hvordan brukes merket i praksis i dag og hvordan jobber bransjen med og rundt det? Kan forskrift og veileder bli tydeligere i hva som skal merkes og ikke? Skal KI-bilder bli en del av forskrift og veileder, og hvor skal i så fall grensene gå? Vi vet at denne ordningen ligger under Barne- og familiedepartementet, men håper likevel at departementene her kan jobbe sammen og ta lærdom av lignende ordninger.

69 % av respondentene i vår undersøkelse sier de ønsker en form for merking av KI-genererte bilder. Noen mener at alle bør merkes, andre noen typer. Det må bemerkes her at undersøkelsen ikke har gått i detalj på hvor grensen for merking skal gå. Dette mener vi også det må være en grundig prosess rundt, og der vil vi gjerne bidra.

### Merking av verifiserte bilder

Et godt alternativ, eller tillegg, til å merke KI-bilder er å merke verifiserte bilder. Da kan seriøse aktører ta ansvar for å merke sine bilder på en måte som kan kvalitetssikre. Disse merkene bør ikke være visuelt synlige, da det er skjemmende for bildet (en problemstilling som også er relevant for det vi har drøftet i avsnittet over). Merking av «verifisert innhold» vil være en mer hensiktsmessig tilnærming dersom man ønsker å bekjempe desinformasjon. Dette er spesielt aktuelt for mediene, men kan også brukes som et kvalitetsstempel på bilder som ikke har blitt manipulert. Blant portrettfotografer er allerede en slik merking i en begynnerfase med at bilder merkes med navn på involverte aktører (Modell, sminke, hår, styling osv) som er med på å legitimere bildet og vise at det ikke er KI.

Bildefilen bør da på en måte merkes i metadata. Vi vet at det per i dag ikke er en sikker metode for dette, men at dette jobbes det med internasjonalt for full kraft. Dette arbeidet bør Norge støtte opp om. Merking av verifiserte bilder trenger ikke å utelukke merking av KI-genererte bilder.

En problemstilling rundt merking av verifiserte bilder, er mengden av bilder som alt eksisterer. Det å skulle merke disse i etterkant, er en overveldende jobb, som kanskje ikke er realistisk å få gjennomført. Hvilken status får disse bildene da?

### Annen regulering

KI-generatorer er trent opp på andres åndsverk, og en kan nok trygt hevde at dette i all hovedsak er gjort uten tillatelse og vederlag til opphaverne. Dette er en problemstilling som kanskje er litt på siden for strategi for motstandskraft mot desinformasjon, men relevant for det som ligger til grunn for KI. Uten at vi skal gå i detalj her, vil vi understreke betydningen av å legge til rette for at opphavsretten ikke svekkes som følge av dette. Det skal være mulig å reservere seg på en enkel

måte mot at ens åndsverk skal brukes i maskinlæring, og ved eventuell bruk må det betales vederlag.

## Museenes og bildearkivenes betydning for motstandskraft mot desinformasjon

Vi har tidligere vært inne på at fotografiet som sannhetsvitne aldri har stått helt alene. Det er avhengig av å støttes opp av troverdige kilder. For å ruste oss mot at feilaktige påstander om hva som har skjedd i historien skal få fotfeste og bli den nye sannheten, må bilder oppbevares av troverdige aktører. Det er derfor viktig at museer og bildearkiver får tilstrekkelige ressurser til å ta vare på vår felles fotografiske arv, og kunne formidle disse på en forsvarlig måte. Dessuten må de også fortsette å skape og ta vare på samtidsdokumentasjonen. Dette er en del av vår felles beredskap, og er med på å skape motstandskraft mot desinformasjon.

For å bevare fotografier og samtidens visuelle uttrykk, kreves det en kontinuerlig innsats for å tilpasse seg endringer i teknologi og samfunn. Som nevnt tidligere er fotografiet ikke lenger bare et fysisk objekt – det er en digital fil, ofte spredt gjennom ulike plattformer og sosiale medier, og muligens manipulert for å tjene forskjellige agendaer. Dette gjør arbeidet med samtidsdokumentasjon mer komplekst enn noen gang før.

Institusjoner innenfor ABM-sektoren (arkiv, bibliotek og museum) må derfor ikke bare sørge for å bevare materialet, men også sikre at det kan verifiseres og brukes som pålitelig dokumentasjon. Dette krever spesialisert kompetanse innen digital bevaring og teknologi for å bekjempe/avdekke forfalskninger og manipulering. Samtidig er det avgjørende å investere i et bredt spekter av dokumentasjonsprosjekter for å sikre at ulike perspektiver og stemmer blir representert.

Formidling står også sentralt i dette arbeidet. Fotografiene som oppbevares må ikke bare være tilgjengelige for eksperter, men også for allmennheten. Gjennom utstillinger, publikasjoner og digitale plattformer kan ABM-institusjonene bidra til å øke bevisstheten om fotografiets rolle som kilde til forståelse og kritisk refleksjon.

Vi ser på dette som en kollektiv oppgave som krever samarbeid på tvers av institusjoner, fagfelt og landegrensener. Det handler ikke bare om å bevare bilder for fremtiden, men også om å bruke dem aktivt i samtiden for å fremme fakta, kritisk tenkning og en dypere forståelse av verden vi lever i. I møte med en stadig mer kompleks informasjonsvirkelighet er museer og bildearkiver ikke bare kulturforvaltere – de er også samfunnets forsvarslinje mot desinformasjon.

## Befolkningens kritiske kompetanse

Det blir avgjørende framover å styrke befolkningens kritiske kompetanse, og det uten å ende i at de ikke kan tro på noe. Vi er ikke de rette til å komme med en plan for hvordan dette skal gjøres, men vi tenker det er noen punkter som blir viktige:

- Dersom bilder skal merkes, må det være helt tydelig for både den som skal merke og de som skal se det, hva merket betyr.
- Bilder med små endringer kan ikke merkes på samme måte som sterkt manipulerede eller KI-genererte bilder, da mister den effekten.
- Mediene må ha nok ressurser nok til å faktasjekke bilder og informasjon de får.
- Museer og bildearkiv må få tilstrekkelig med ressurser til å dokumentere samtiden, ta vare på og formidle fotografier.
- Det må være en stor bevissthet blant fotografer rundt når og hvordan en bruker KI.

Vi vil til slutt be om at vi som organisasjoner for fotografer blir involvert i arbeidet når grensegangen for merking av KI-bilder skal settes. Kunnskapen til fotografer om hvordan det i praksis brukes blir viktig for å få på plass en ordning som faktisk har effekt. Vi vil gjerne bidra.

Vi stiller dessuten gjerne opp dersom det er andre ting dere ønsker å diskutere mer med oss.

På vegne av  
Institusjonsfotografenes Forening (IFF)  
Norges Fotografforbund (NFF)  
Norske Naturfotografer (NN)



Linda Dyrnes  
Daglig leder  
Norges Fotografforbund

[post@fotografforbundet.no](mailto:post@fotografforbundet.no)

Mobil: 48105075