

# Du vil aldri tro hvordan dette norske nettstedet...



En artikkel fra Guardian er blitt oversatt og republisert nesten i sin originale form på Buzzit.no uten noen som helst referanse til kilden. FOTO: Guardian/Nordlys/Jan Gunnar Furuly

## Du vil aldri tro hvordan dette norske nettstedet stjeler, klipper og limer andres stoff. Presseeksperter er rystet

Metoderapport til SKUP 2014

Journalist: Jan Gunnar Furuly

A Kultur

Redaksjon: Aftenposten

Akersgata 55

0055 Oslo

Kontakt: Jan Gunnar Furuly (jgf@aftenposten.no)

Telefon: 22863000.

Innholdsfortegnelse:

1. Innledning
2. Når og hvordan kom arbeidet i gang? Ideen som startet det hele?
3. Liste over samlet publisering
4. Hva var den sentrale problemstilling ved starten av prosjektet?
5. Hva er genuint nytt i saken (sett mot evt. tidligere offentliggjort informasjon).
6. Organiseringen av arbeidet.
7. Metodebruk, kildebruk, problem underveis mv. Redegjør spesielt for kildebruk og kildekritikk.
6. Spesielle erfaringer.
7. Konsekvenser av saken.

## 1. Innledning.

Mediekritikk er en relativt sjelden vare i norsk journalistikk. Alt for sjelden retter vi søkelyset mot hva som skjer i egne rekker.

Det norske medielandskapet er en liten andedam, der svært mange kjenner hverandre.

Ofte kan nok mangelen på mediekritikk skyldes rene unnlåtelsessynder, fordi vi ikke ønsker å støte kolleger som vi har hatt nær kontakt med opp gjennom karrieren.

Våren og sommeren 2014 ble jeg oppmerksom på et nytt mediefenomen, mest gjennom artikler som ble delt i min Facebook-feed.

Fra blant annet nye, norske blogger som Viralomania.com og Smud.no, samt et utall utenlandske slike nettsteder, strømmet det på med lette underholdningssaker, omtale av YouTube-videoer og listesaker, som i mange tilfeller gikk "viralt" på nettet.

Amerikanske Buzzfeed.com var tilsynelatende modellen for alle disse nettstedene.

Som det første mediehuset i Norge kastet Nordlys i Tromsø seg på dette toget i midten av juni ved å lansere Buzzit.no.

Ut over sommeren opptrådte sakene fra Buzzit.no oftere og oftere i min Facebook-feed, uten at jeg la stor vekt på å klikke meg inn på sakene deres.

3. juli, på et tidspunkt der jeg var på sommerferie, publiserte Etter Børs i Dagens Næringsliv en sak som fanget min interesse: Den handlet om et gryende netteventyr i en kjeller i Tromsø: <http://www.dn.no/etterBors/2014/07/03/2159/Facebook/klonet-buzzfeed-fikk-klikkreord>

Artikkelen fortalte om ellevill vekst i nettrafikken for Nordlys etter at Buzzit.no var kommet på nett.

Ansvarlig redaktør Anders Opdahl bedyret i artikkelen at nyvinningen tok opphavsrett alvorlig:

"Vi jobber nå med jurister for å se hvor grensegangene er. Dette er et lite minefelt, og vi skal bli gode på det", sa Opdahl blant annet.

"Vi forsøker å holde oss til et sett med spilleregler og ha anstendighet i bunnen. Det er utfordrende i en bransje som setter opphavsretten kjempehøyt, og det har vi stor respekt for", sa han videre.

## 2. Når og hvordan kom arbeidet i gang? Ideen som startet det hele?

I august, etter å ha kommet tilbake fra ferie, kom jeg så over en artikkel i det svenske kvalitetsmagasinet Filter under tittelen "[Simma medstrøms](#)". (Bare tilgjengelig for abonnenter).

Den handlet om det moderne nettmenneskets tilsynelatende umettelige draging mot kattevideoer, topplister og andre underholdningssaker, og var en grundig gjennomgang av psykologien bak, og de virale nettstedenes voldsomme fremvekst. Og hvorfor en rekke internasjonale mediehus nå satser på denne typen nettsider.

Ut over sensommeren og høsten leste jeg derfor Buzzit.no og et par av de andre norske viralnettstedene med stigende interesse. Foruten Buzzit.no, som var drevet av Norges nest største mediekonsern, Amedia, var de andre utelukkende private blogger mer eller mindre drevet fra gutterommet.

Jeg fikk et klart inntrykk av at Buzzit.no gikk svært langt i å kopiere rått fra andre nettsteder. Selv om det ble sitert fra kilder, så jeg flere saker som var svært omfattende i tekst - og som muligens kunne bryte med det som var aksepterte regler for sitatrett. Det var også tilsynelatende svært varierende kildesitering av bilder og videoer på det Nordlys-eide nettstedet.

Nordlys ble tidlig i september kåret til årets mediehus i Norges nest største mediegruppe, Amedia.

Juryens begrunnelse var blant annet at avishuset har stått bak «en drivende utvikling for nyskapende redaksjonelle tiltak gjennom nettstedet Nord24, buzzit.no, nordnorsk debatt og sin satsing på web-TV».

Dette, og enda flere saker om den eventyrlige trafikkveksten i Buzzit.no, var bakgrunnen for at jeg bestemte meg for å gå systematisk til verks og se nærmere på praksisen til nettstedet.

## 3. Liste over samlet publisering

28. september (nett) og 29. september (papir):

**Du vil aldri tro hvordan dette norske nettstedet stjeler, klipper og limer andres stoff. Presseeksperter er rystet:**

[http://www.aftenposten.no/kultur/Du-vil-aldri-tro-hvordan-dette-norske-nettstedet-stjeler\\_-klipper-og-limer-andres-stoff-Presseeksperter-er-rystet-7723435.html](http://www.aftenposten.no/kultur/Du-vil-aldri-tro-hvordan-dette-norske-nettstedet-stjeler_-klipper-og-limer-andres-stoff-Presseeksperter-er-rystet-7723435.html)

29. september (nett) og 30. september (papir):

**Slik skal Nordlys-redaktøren rydde opp i klippmaskinen:**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Slik-skal-Nordlys-redaktoren-rydde-opp-i-klippmaskinen-7724870.html>

1. oktober (nett og papir):

### **Ser du hvilken artikkel som egentlig er reklame?**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Stadig-mer-reklame-ligner-pa-redaksjonelt-innhold-i-mediene-7725949.html>

1. oktober: (nett og papir)

### **Prinsipper for fall (kommentar av Thorstein Hvattum):**

<http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/Prinsipper-for-fall-i-mediembransjen-7725692.html>

1. oktober (nett og papir):

### **Gyldendal tvinger Buzzit.no til å slette Ole Brumm-artikkel**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Gyldendal-tvinger-Buzzitno-til-a-slette-Ole-Brumm-artikkel-7725360.html>

1. oktober (nett) og 2. oktober (papir)

### **-Hva, har de stjålet bildet av meg og barna mine?**

[http://www.aftenposten.no/kultur/--Hva\\_-har-de-stjalet-Instagram-bildet-av-meg-og-barna-mine-7727137.html](http://www.aftenposten.no/kultur/--Hva_-har-de-stjalet-Instagram-bildet-av-meg-og-barna-mine-7727137.html)

1. oktober (nett) og 2. oktober (papir):

### **-Dele, ikke stjele, Buzzit (kommentar av Joacim Lund)**

[http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/Dele\\_-ikke-stjele\\_-Buzzit-7727398.html](http://www.aftenposten.no/meninger/kommentarer/Dele_-ikke-stjele_-Buzzit-7727398.html)

3. oktober (nett og papir):

### **Amedia-tillitsvalgte var bekymret for Buzzits forhold til opphavsrett**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Amedia-tillitsvalgte-var-bekymret-for-Buzzits-forhold-til-opphavsrett-7728891.html>

13. oktober (nett) og 14. oktober (papir):

### **Buzzit har slettet 45 saker**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Buzzit-har-slettet-45-saker-7741359.html>

15. oktober (nett) og 16. oktober (papir):

### **Klager inn Buzzit.no for brudd på god presseskikk i sak om sexmareritt**

<http://www.aftenposten.no/kultur/Klager-inn-Buzzitno-for-brudd-pa-god-presseskikk-i-sak-om-sexmareritt-7745959.html>

#### **4. Hva var den sentrale problemstilling ved starten av prosjektet?**

Var det slik at Buzzit.no hadde tatt seg svært store friheter ved gjenbruk av stoff fra andre nettsteder. Og var dette mer enn enkelttilfeller?

Opererte Buzzit.no innenfor det som var allment aksepterte sitatrettigheter? Og dessuten: Var artikler hentet fra kjente nettsteder klarert med opphavsrettshaverne?

Hvilke direktiver og signaler hadde sjefredaktør Anders Opdahl gitt til sine ansatte i Buzzit.no ved starten av prosjektet?

#### **5. Hva er genuint nytt i saken (sett mot evt. tidligere offentliggjort informasjon).**

Det var aldri tidligere publisert noen saker med systematisk gjennomgang av innholdet på Buzzit.no.

Både for sjefredaktør Opdahl og hos resten av medie-Norge vakte det vi fant etter hvert betydelig oppsikt, og sakene våre ble over mange dager gjenstand for omfattende oppfølging med sitatsaker i andre medier.

I den tidligere nevnte saken fra Dagens Næringsliv 3. juli ble sjefredaktør Opdahl spurt om forholdet til opphavsrett, uten at dette egentlig ikke ble problematisert til hvilke saker nettstedet faktisk hadde publisert.

#### **6. Organiseringen av arbeidet.**

Organiseringen skjedde enkelt fortalt ved at undertegnede journalist brukte en god del arbeidstid og noe fritid på å gå gjennom innholdet på Buzzit.no på en systematisk måte.

Kollega Kjersti Nipen bidro med noe reportasjebistand på den delen som gjaldt content marketing.

Nipen er blitt tilbudt å være med som forfatter av denne metoderapporten, men har takket nei til det da hun mener hennes bidrag var forsvinnende lite.

## 7. Metodebruk, kildebruk, problem underveis mv. Redegjør spesielt for kildebruk og kildekritikk.

Den overordnede metoden bak dissekeringen av Buzzit.no var lesing og analyser av et stort antall saker (100+) på nettstedet, og sammenligning med de originale kildene.

Jeg brukte også flere forskjellige dataverktøy til å analysere fotografier som var brukt på nettstedet, for å finne hvor fotografiene stammet fra og hvem som kunne ha copyrighten på dem.

I starten gikk jeg systematisk gjennom de mest populære og delte artiklene på Buzzit.no - ut fra deres egen toppliste.

Søkemotoren **Google.com** ble et kjært verktøy, ved at jeg begrenset søkene til å gjelde bare Buzzit.no.

Det gjøres enkelt ved å skrive **site:buzzit.no** i søkefeltet.

Kombinasjonen av **site:buzzit.no** og for eksempel ordene **ting du** ga raskt treff på svært mange såkalte listesaker, ja faktisk flere hundre.

Jeg brukte også kombinasjoner av **site:buzzit.no** og **Huffington Post** eller **Cosmopolitan** eller **Buzzfeed** eller andre redaksjonsnavn for å kartlegge i hvilken grad disse var blitt brukt som kilde på nettstedet. Slik kunne jeg sjekke innhold på Buzzit.no opp mot en rekke potensielle kilder.

En ganske klar trend i materialet, som ble skrevet og systematisert inn på lister i Excel, var at mange saker faktisk bare hadde en kilde, og at det var gjort minimalt eller ingenting for å tilføre disse artiklene egne journalistiske kvaliteter.

Originalsaken på engelsk var i stor grad oversatt til norsk ord for ord, gjerne med flere hyperlenker til den samme kilden nedover i teksten.

Gjennom disse søkene fant vi ut at amerikanske Huffington Post var brukt som kilde og hovedgrunnlag i over [50 saker på Buzzit](#).

Blant Huffington Post-artiklene hadde laget svært like utgaver av var [Dette skal en fireåring kunne - og dette skal foreldrene til en fireåring kunne](#), [10 ting en ekte venn gjør](#), [«9 tegn på at han sjekker deg opp og ikke bare er hyggelig»](#) og [«9 forklaringer på at du er i dårlig humør»](#).

Også amerikanske Cosmopolitan var direkte kopiert i [minst syv artikler](#).

I saken [«6 gode grunner til at du bør sove naken»](#) var Cosmopolitan oppgitt som kilde, men den eneste journalistiske innsatsen fra Buzzit var en kort ingress og bildebyline.

Denne artikkelen hadde, som mange av de andre sakene som var kopiert uten alt for store redaksjonelle anstrengelser eller videre kvalitetssjekk, gitt nettstedet en betydelig trafikk: Saken var likt, kommentert eller delt 21.000 ganger på Facebook.

En artikkel Buzzit publiserte i august 2014 og som var blant nettstedets mest populære rundt skolestart, fanget også min oppmerksomhet.

Tittelen lød: [«10 ting læreren vil si til dere foreldre, men ikke tør»](#), men det var ikke oppgitt noen som helst kilde.

Ved å oversette den norske tittelen rett over til engelsk og søke etter følgende tekst på Google:

### **10 things teachers want to say to parents**

...var det øverste treffet en [sak fra Guardian](#).

Dette tok det meg faktisk under et minutt å finne ut av da jeg ble sittende og stusse ved den manglende kildehenvisningen.

Artikkelen i Buzzit var i store trekk en ren oversettelse og direkte avskrift fra den britiske storavisen. Journalist Andreas Beddari Høyer hadde riktignok føyd til sitt navn og bilde, og ingressen «Av og til vet man bare ikke hvorfor».

### **Sjekking av fotografier - og deres opphav**

Til å sjekke opphavet av en rekke fotografier Buzzit.no hadde publisert brukte jeg nettsiden **Tineye**: <https://www.tineye.com/>

Her kan man gå inn og sjekke et hvilket som helst fotografi eller nettadresse til et bilde for å finne ut om det har vært publisert på nettet før, og hvor. På denne måten kan man klare å nøste seg tilbake til en opphavsrettshaver - hvilket vi gjorde i mange tilfeller.

Google har også et tilsvarende søk - det såkalte **Google Image - Inside search**: [https://images.google.com/imghp?hl=en&gws\\_rd=ssl](https://images.google.com/imghp?hl=en&gws_rd=ssl)

I alt er det fire måter man kan søke på historikken til bilder hos Google:

<http://www.google.com/insidesearch/features/images/searchbyimage.html>

Ved hjelp av dette søket kunne vi se at Buzzit.no i enkelte tilfeller uforvarende hadde stjålet bilder fra internasjonale bildebyråer - bilder som journalistene hadde funnet på sosiale nettsteder som Reddit.com og som de trodde var delt bevisst av andre.

For å finne eierne av en rekke halvveis krediterte Instagram-foto som omtales i artikkelen "Hva, har de stjålet Instagram-bildet av meg og barna" brukte jeg Instagrams søkemotor **Iconosquare**:

<http://iconosquare.com/instagram-search-tool>

Researche viste at flere av personene som var avbildet sammen med sine små barn i Buzzit-artikkelen "Disse foreldrene er mer sliten enn deg. Helt sikkert", var norske.



Dessuten var de helt uvitende om at Buzzit.no bare hadde tatt for seg av deres bilder, og satt dem inn i denne sammenhengen.

De fleste av disse kildene var åpenbare og lette å få tak i. De brukte sitt eget navn på Instagram-kontoen, og hadde i tillegg unike norske etternavn, noe som gjorde det lett å spore dem opp i telefonkatalogen.

For et par av navnene, som ikke var så åpenbare, måtte jeg nøste meg via vennelistene på de åpne Instagram-kontoene, og finne frem til venner som hadde trykket "liker" eller kommentert et eller flere bilder vedkommende hadde lagt ut.

Disse var registrert i den norske telefonkatalogen, og kunne gi fullt navn og telefonnummer til Instagram-brukerne jeg var på jakt etter.

Også en rekke andre artikler på Buzzit var basert på omfattende [bruk av Instagram-bilder](#).

Googling på innhold hos Buzzit og søkeordet Instagram, røpet 34 artikler der bilder fra tjenesten er benyttet.

I de fleste tilfeller var de kreditert med "Instagram" som opphav, og noen ganger rett og slett som ["Foto: Ukjent"](#).

Under researchen kom det også frem at Buzzit.no, da nettsiden ble lansert 10. juni 2014 brukte slagordet "Gode kunstnere kopierer. Store kunstnere stjeler!" på engelsk inne på en egen side som omtalte den nye tjenesten.

Dette kom frem gjennom en melding VG-journalist Rune Thomas Ege 13. juni la ut på [Twitter](#), og spurte Opdahl om det nå var fritt for andre til å forsyne seg av sakene til Nordlys. Sjefredaktøren svarte da med følgende Twitter-melding:

**"Milde Moses. Ikke vær så humørløs. Ta det for det det er. Håper du ikke leser Bibelen på samme måte. God helg!"**

Disse elementene var en ganske betegnende retorikk rundt hvor alvorlig Opdahl tilsynelatende tok opphavsrett, og hvilke signaler han hadde gitt til sine medarbeidere. Og noe vi bestemte oss for å koble inn i stoffet.

Mot slutten av researchfasen og dagene tett før publisering ringte jeg rundt til noen av journalistene i Buzzit.no for å få deres versjon av hvordan de jobbet. Det var også svært viktig å få grundige tilsvare fra sjefredaktør Anders Opdahl.

Han fikk i stor utstrekning tilsendt hele artikkelen vi hadde planlagt å publisere på forhånd - slik at han skulle være i stand til å gi et best mulig tilsvare. Mange journalister vegrer seg for å sende fra seg artikler på denne måten, men personlig føler jeg det er absolutt best at den angrepne part får full innsikt i hva vi skal trykke. Kvaliteten på tilsvarene blir da desto bedre.

Det var også viktig å få tak i de utenlandske redaksjonene som var kopiert, klippet og limt. Dette klarte vi med Huffington Post og Guardian, men ikke med amerikanske Cosmopolitan. De svarte aldri på telefonoppringninger eller e-poster.

Også den norske redaktøren Susanne Kaluza i det Egmont-eide nettstedet Foreldre.no var på banen med kritikk, og påpekte klipping og liming langt utenfor det hun opplevde som god presseskikk og vanlig sitatrett.

Cappelen Damm krevde en lang artikkel med tittelen "[19 nydelige visdomsord Ole Brumm lærte oss](#)" slettet fra Buzzit.no, etter at vår research viste at Ole Brumm-tegningene som var brukt til saken var benyttet helt uten tillatelse fra rettighetshaver Disney.

Den mest hardtslående saken ble kanskje likevel de stjålne Instagram-bildene fra norske foreldre. Her var det essensielt å komme i kontakt med de berørte, og ved hjelp av nøsting i sosiale medier klarte vi å finne alle sammen. Men ikke alle ville stille med fullt navn i avisen.

I disse saken var kildekritikk for såvidt ikke noe stort tema, ettersom det var det publiserte materialet til Buzzit.no som først og fremst skulle vurderes opp mot originalmaterialet på andre nettsteder.

Kildene var stort sett skriftlig materiale, og ansvarlige talsmenn for det som må karakteriseres som en krenkende part (Buzzit.no) og flere krenkede parter. Jeg hanket også inn diverse ekspertkilder underveis som kunne si noe om graden av krenkelser fra Buzzit.no's side. Disse kildene ble plukket ut fra sin legitimitet enten som presseleder, jurist eller som ekspert på opphavsrett.

I Buzzit.no's tilfelle var det sjefredaktør Anders Opdahl som insisterte på å svare for nettstedet - ikke noen av de ansatte. Det var tross alt han som satt med redaktøransvaret.

I den første saken har vi med enkelte sitater fra journalist Andreas Beddari Høyer.

## **Problemer underveis**

I jakten på analyseverktøyer forsøkte jeg også å finne dataprogrammer som kunne gjøre sammenligninger av den norske og engelske teksten. Dette var ikke mulig å oppdrive, og sammenligningen er derfor gjort svært manuelt, med mange timers lesing og sammenligning av tekstene.

Det var vanskelig å få offisielle kommentarer fra Guardians ledelse de første dagene, tross flere e-poster og telefonoppringninger til redaksjonen.

Dette ble løst ved at en av avisens mest toneangivende journalister uttalte seg anonymt. Vedkommende kunne ikke uttale seg offisielt om saken.

Det ble også umulig å få kommentar fra Cosmopolitan, som rett og slett ikke besvarte våre henvendelser.

Til tider ble det også brukt sterke ord fra Amedias side for å ta til motmæle mot sakene våre (se under).

## 6. Spesielle erfaringer

Sjefredaktør Anders Opdahl og undertegnede er gamle kjente, ved at vi begge hadde deler av barndommen vår i Karasjok.

Det er 15 år mellom oss. Vi har kjent hverandre i mange år, men aldri jobbet sammen. Derimot har vi truffet hverandre i sosiale sammenhenger flere ganger på konferanser i regi av Finnmark Journalistlag, Troms Journalistlag og SKUP.

Det var åpenbart, og ble uttalt flere ganger fra Opdahls side, at han syntes det var en ekstra belastning at det var nettopp jeg som skrev sakene om Buzzit.no.

Opdahl var også av den klare oppfatning at jeg hadde en aggressiv spørreteknikk og tilnærming til saken, og spurte flere ganger om jeg hadde en personlig agenda.

Problemet, slik jeg ser det, hadde vært om jeg hadde lagt denne saken til side, fordi jeg tilfeldigvis kjente Opdahl fra før.

I våre samtaler antydet han sterkt flere ganger at jeg hadde overskredet grensen som journalist, og var blitt "aktør". Det lå under en antydning om at jeg dermed ikke lenger burde jobbe med saken.

Dette tilspisset seg særlig da Buzzit-journalist Andreas Beddari Høyer både på Twitter og i fagbladet Journalisten (<http://journalisten.no/2014/09/aftenposten-slettet-kommentar-fra-journalist-de-kritiserte>) sa at Aftenposten hadde slettet kommentarer fra ham i kommentarfeltet på en av våre artikler om Buzzit.no. Han påpekte at også Aftenposten hadde sine svin på skogen når det gjaldt klipping og liming av saker.

I opphetede meldinger på Aftenposten.no hevdet Beddari Høyer at undertegnede sto bak slettingen av kommentarene. Dette var ikke tilfelle.

Aftenpostens moderatorredigering skjer hos et svensk selskap. Som journalist i Aftenposten har jeg ikke direkte tilgang til å foreta en slik redigering.

Nettansvarlig hos Aftenposten.no, Vibeke Buan, forklarte til Journalisten at det som skjedde var en tabbe, som selvsagt ikke skulle ha skjedd. Hun gjorde også oppmerksom på at Beddari Høyers kommentarer var lagt tilbake i kommentarfeltet.

Diskusjonen med Beddari Høyer kulminerte i følgende Twitter-utveksling, hvor jeg til slutt bestemte meg for å trekke meg fra videre diskusjon.



Amedias direktør for utgiverspørsmål, Stig Finslo, ville også ha tilsvar fra meg til et blogginnlegg han skulle publisere på Amedias intranett.

Under tittelen "Etikkens vokter og vokterens etikk" angrep han i dette innlegget motivene til undertegnede og Aftenposten.

"For Aftenposten slår seg i denne saken ikke til ro med at Buzzit-redaktøren har innrømmet og beklaget feil og sagt at de vil bli rettet opp. Både avisens kommentator, Torstein Hvattum, og avisens journalist på saken, Jan Gunnar Furuly, som er en fremtredende representant for Stiftelsen for en Kritisk og Uavhengig Presse (SKUP) følger opp med kommentarer, karakteristikker og synspunkter i egne spalter, i de redaksjonelle artiklene, i kommentarfeltene under disse og på Twitter", skrev Finslo blant annet.

Han reagerte sterkt på min beskyldning på Twitter om at «Alle klipper og limer i dag. Det begås feil. Men det er kun Buzzit.no som har tyveri, klipp og lim som ren forretningside i Norge», og påpåekte at "som kjent er det fortsatt god presseskikk å skille reportasje og kommentarer".

Disse angrepene gjorde ikke at vi skiftet retning på noen måte i dekningen, men tvert i mot holdt fast ved at Buzzit.no faktisk var verst i klassen blant norske medier når det gjaldt klipping, liming og stofftyveri.

## **7. Konsekvenser av saken**

Omtalen av de etiske og juridiske overtrampene vakte betydelig oppsikt og førte til en bred debatt og oppvask rundt klipping, liming og sitering av andres saker i hele den norske mediebransjen. Denne debatten har blitt ført slik at flere mediehus faktisk har innført helt nye kjøreregler på området.

Avisen Dagen var blant dem som utarbeidet en detaljert intern sitatmanual og sitatplakat basert på avsløringene i våre artikler.

Flere aviser i Amedia-systemet kuttet ut bruken av Buzzit.no-saker på forsiden, mens granskingen pågikk.

For Buzzit.no og mediehuset Nordlys førte søkelyset fra Aftenposten til en omfattende og kostbar juridisk gjennomgang av nettstedets praksis, og full revisjon av ca. 1100 publiserte saker.

Mediejurist Jon Wessel-Aas, som var ekspertkilde i Aftenpostens første artikkel om saken, ble hyret inn som Amedias juridiske ryddegutt samme dag som artikkelen sto på trykk.

"Disse eksemplene er jo så godt som fullstendige kopier, ja rene oversettelser, av originalartiklene. Her er det snakk om klare og grove opphavsrettskrenkelser. At man heller ikke oppgir kilden, men faktisk gir en norsk journalist byline, er en ytterligere, selvstendig krenkelse som dessuten gjør den samlede krenkelsen desto grovere", uttalte han i den første saken..

I slutten av oktober var 45 artikler slettet fra Buzzit.no. Ytterligere 30 ble redigert slik at de skulle fremstå som etisk forsvarlige.

En tilsvarende oppryddingsaksjon med så omfattende sletting av kopierte og tvilsomme saker har neppe aldri tidligere skjedd på et norsk nettsted styrt under redaktørplakaten.

Ski, 19. januar 2014

Jan Gunnar Furuly