**Fake news og clickbait**

Larsen, Ole Schuletz (2015) Fra *Håndbog til dansk*, kap. ”Avisjournalistisk”. Systime.

Når vi møder en tekst, der signalerer, at den er en nyhedsartikel, så kategoriserer vi den som tilhørende faktagenren. Vi opretter dermed en faktakontrakt med den og har dermed tillid til, at den er forpligtet på virkeligheden og tilbyder os faktuelle oplysninger. Signalerne, om at det er en nyhedsartikel, vi sidder med, kommer flere steder fra. De kan komme fra selve den kontekst, teksten er placeret i. Står den i en avis eller på et nyhedssite, er det som regel en ganske god indikation på, at vi har med en nyhedsartikel at gøre. Er den opbygget som en typisk nyhedsartikel med stor overskrift, fremhævet underrubrik og måske flere mellemrubrikker, er det ligeledes et tydeligt signal, om at vi har med en nyhedsartikel at gøre. Signalerne er imidlertid også at finde i forbindelse med selve nyhedsartiklens indhold. Det sker ved hjælp af det, vi vil kalde **journalistiske** **autenticitetsmarkører**. Det er konventioner, for hvordan man skriver og udformer journalistiske tekster, der er udviklet gennem flere hundrede år, og stadig udvikler sig. De journalistiske autenticitetsmarkører er særlige faktakoder, der signalerer, at der er tale om fakta, og at vi kan stole på det, vi læser. Ordet autenticitet kommer af autentisk og betyder pålidelig, troværdig og ægte. Her følger en række centrale journalistiske autenticitetsmarkører, som dog ikke alle behøver at være til stede i den enkelte artikel.

**JOURNALISTISKE AUTENTICITETSMARKØRER**

* Artiklen er typisk opbygget efter nyhedstrekanten.
* Der gøres brug af referater af møder eller rapporter, og referaterne fremstår som neutrale og objektive gengivelser.
* Journalistens egne oplevelser benyttes som dokumentation i forbindelse med reportager.
* Der er ofte knyttet billeder til teksten, der ligeledes fungerer som dokumentation.
* Der benyttes i stigende grad fakta-bokse, der præsenterer faktuelle oplysninger om sagen.
* Interviewformen anvendes hyppigt og dukker i artiklen typisk op i form af citater.
* Brugen af mundtlige eller skriftlige kilder er en central markør. Der kan være tale om ekspert-, erfarings- eller partskilder, der har kendskab til sagen. De nævnes typisk med navn og profession.
* Begge parter i en sag høres ofte.
* Sproget i artiklen er typisk neutralt og sagligt.

Problemet er imidlertid, at vi ikke altid kan stole på disse markører, når vi møder dem i en artikel. Vi kan ikke automatisk gå ud fra, at vi har med fakta og med troværdige oplysninger at gøre, blot fordi de er til stede.

Det kan vi ved selvsyn få at se, hvis vi tager et kig på artiklerne på websiden RokokoPosten.dk, der både i design, i brugen af autenticitetsmarkører og i selve de emner, der tages op, ligner rigtige nyhedsartikler, men alligevel ikke er det. RokokoPosten er nemlig et satiremagasin på nettet, der bevidst udnytter nyhedsartiklens form til at drille og lave satire med. Nyhedssatire kan vi også møde under rubrikken ATS (At Tænke Sig) på bagsiden af dagbladet Politiken og ikke mindst i *Den korte radioavis* på Radio24syv.

Heldigvis fremgår det i alle tilfælde, at der er tale om satire. I RokokoPostens tilfælde står der på forsiden, at bladets nyheder er fiktive. Politikens læsere er bekendt med, at netop rubrikken ATS i Politiken altid indeholder satire. Og med hensyn til Den korte radioavis fremgår satiren af selve den satiriske form. De tydelige overdrivelser og det kritiske, men også humoristiske blik på tidens og især magthavernes dårskab, som kendetegner satiren, er som regel forholdsvis let at aflæse. Vi opretter derfor ikke en faktakontrakt med disse "nyheder", men læser dem som det de er, satire.

Risikoen for at oprette en faktakontrakt og tro, vi har med faktuelle oplysninger at gøre, er derimod stor, når vi har med såkaldt **fake news** at gøre. Vi vil definere fake news som tekster, der signalerer, at de er nyhedsartikler, men har et bevidst vildledende indhold, som underbygges med forkerte eller udokumenterede fakta og postulater. Fake news har eksisteret lige så længe som journalistikken selv, både i form af statsstyret propaganda, kommercielle annoncer, der ligner nyhedsartikler, og sladderjournalistik, der helt mangler dækning for sine påstande. I de senere år er fake news imidlertid blevet spredt som en løbeild via de sociale medier. Her blandes fænomenet med reelle nyheder og sendes rundt blandt familie og venner og accepteres og deles ukritisk, fordi det kommer fra nogen, vi stoler på. Motiverne til at fabrikere fake news kan være flere. Der kan være tale om, at artiklerne indeholder skjult reklame, eller det kan i mere alvorlige tilfælde dreje sig om, at man bruger dem til at påvirke holdninger og beslutningsprocesser i et land. Problemet er blevet så stort, at Facebook er begyndt at faktatjekke sider for fake news og dreje på deres algoritmer for at begrænse udbredelsen af det.

[](https://hbdansk.systime.dk/fileadmin/_processed_/6/d/csm_1487585262_2800_blurredx3_6cb14559aa.jpg)

Screendump af indledningen til en artikel om Mette Blomsterberg, der viste sig at være fake news. Her efter Maja Lærke Maach: Blomsterberg offer for 'fake news': Det er virkelig ubehageligt. dr.dk, 20. februar 2017.

**Blomsterberg: Den Virkelige Grund Til Det Pludselige Bagedyst Exit!**ID

**Efter en række spekulationer omkring baggrunden for Mette Blomsterbergs pludselige exit fra populære TV-program, står hovedpersonen nu frem med den "rigtige version" af historien!**

For nogle uger siden ringede Mette Blomsterberg til sine kolleger fra 'Den store bagedyst' med en meget svær besked: Jeg stopper som dommer i 'Den store bagedyst'.

Den svære udmelding kom efter mange og lange overvejelser fra dommeren gennem fem sæsoner.

– Jeg elsker 'Den store bagedyst'! Jeg føler lidt, at det er mit barn, som jeg har været med til at føde. Jeg er så stolt af og glad for, at jeg har fået lov til at sætte mit præg på det, fortæller tv-konditoren, der har været med fra begyndelsen tilbage i 2012.

Udskrift af ordlyden af artikel-uddraget i screendumpet

Her efter Maja Lærke Maach: Blomsterberg offer for 'fake news': Det er virkelig ubehageligt. dr.dk, 20. februar 2017.

I februar 2017 fik nogle brugere på Facebook serveret en nyhedsartikel med overskriften *Blomsterberg: den virkelige grund til det pludselige bagedyst exit!*Historien fortæller, at Mette Blomsterberg stopper som dommer i det populære program *Den store bagedyst*, fordi hun har taget for meget på i vægt. Historien er tilsyneladende fra Ekstra Bladet, men det viser sig, at der er tale om fake news, og at historien i virkeligheden er skabt med det formål at sælge det slankeprodukt, der omtales i artiklen.

Det er dog let at overse, at der er tale om fake news. Brugen af Ekstra Bladets logo og forside-design fra deres netavis sender sammen med artiklens opbygning et klart signal om, at vi har med en nyhedsartikel at gøre. Pressefotoet med programmets tre værter, der ledsager artiklen, men er sløret her, er med til at understrege, at artiklen har rod i virkeligheden. I selve artiklen fungerer brugen af citater desuden som en tydelig autenticitetsmarkør, og endelig tager artiklen jo rent faktisk fat i en aktuel og faktuel sag, nemlig den at Mette Blomsterberg rent faktisk forlader programmet. Det er typisk for fake news at tage fat i en aktuel sag og derefter fordreje den.

På den anden side er der især tre ting i artiklen, der peger i retning af, at der er noget galt med artiklen. For det første er overskriften usædvanlig med brugen af store begyndelsesbogstaver i hvert ord, for det andet optræder der flere sproglige fejl i artiklen (Maach, 2017), og endelig for det tredje er det domæne, nyheden ligger på, ikke eb.dk, men derimod det vellignende eb-dk.com, der viser sig at være registreret i Panama!

Kan man i skyndingen overse disse usædvanlige forhold ved artiklen og dermed måske slet ikke opdage, at der er tale om fake news? Svaret er formodentlig ja. Det kræver ofte en særlig opmærksomhed på en artikel og en særlig viden om de forhold, artiklen beskæftiger sig med, for at opdage, at der er tale om fake news. Nedenunder følger en række punkter, der er værd at undersøge, og som kan give indikationer på, om det er fake news eller rigtige nyheder, man står overfor. Man skal både være opmærksomhed på selve artiklen og på den webside, som artiklen ligger på eller stammer fra.

**TJEKLISTE TIL FAKE NEWS**

**Mediet**

* Tjek websidens "om os" eller undersøg websiden via andre kilder. Mangler der information, om hvem der udgiver og laver indhold til siden, så er det ofte et problem.
* Ligger domænenavnet på websiden tæt op ad domænenavnet på kendte nyhedssider?
* Er websiden i forvejen mistænkt for at bringe fake news. Hvis det er en udenlandsk webside, så tjek den f.eks. på factcheck.org.
* Er der tale om et dårligt webdesign, kan det tyde på, at det ikke er professionelle, der skriver på siden.

**Artiklen**

* Benytter artiklen sig af kilder? Undersøg kilderne. Er der mere end én kilde? Er kilderne kendte? Er de troværdige? Bliver de refereret korrekt? Ser artiklen sagen fra flere sider? Det er altid vigtigt at høre modpartens syn på sagen.
* Er der noget, der tyder på, at artiklen reklamerer for et bestemt produkt?
* Vær opmærksom på, om anerkendte websider eller aviser også skriver om historien. Det er altid vigtigt at have flere kilder til en historie.
* Er der angivet forfatter eller nyhedsbureau, og kan navnet eller bureauet identificeres andre steder?
* Hvis artiklens indhold og overskrift virker overraskende eller lader til at være lavet for at skabe emotionel respons, så tjek indholdet andre steder.
* Hvis der er mange sproglige fejl og klodsede formuleringer kan det tyde på, at det ikke er en professionel journalist, der har skrevet artiklen.
* Er artiklens historie blevet afkræftet af en velanset faktatjekside (fx TjekDet.dk).
* Hører artiklens historie og de ledsagende billeder sammen? Med omvendt billedsøgning i Google kan man ofte finde ud af, om et billede har været brugt på nettet tidligere.

Vi skal dog være varsom med for hurtigt at dømme noget til at være fake news. Især skal vi passe på, vi ikke sætter stemplet på artikler, der ikke passer ind i vores egen opfattelse af, hvordan verden er skruet sammen. Vi har desværre en tendens til at søge bekræftelse på det, vi i forvejen tror på, og afvise informationer, der strider mod det. Fake news er ikke ubehagelige sandheder, men løgne forklædt som sandhed.

Den 12. august 2014 blev der lagt en nyhedsartikel ud på Ekstrabladets netavis med overskriften *Se hvem Bendtner kysser nu*. Klikkede man på historien, viste et billede, at det Bendtner kyssede på var en fodbold! Hensigten med den fængende og pikante overskrift var selvfølgelig at få læserne til at klikke på den, men indholdet af artiklen stod på ingen måde i et relevant forhold til artiklens overskrift. Enhver, der klikkede på den, kunne med rimelighed have en forventning om, at de nu skulle læse om Bendtners nye kæreste. Men her blev de snydt.

Artikler med overskrifter, der på denne måde lokker læserne ved enten bevidst at udelade noget, som man kun kan få at vide ved at klikke på artiklen, eller ved at love et indblik i noget usædvanligt eller spændende, som det viser sig, artiklen alligevel ikke indfrier, har fået betegnelsen **clickbait**. Vi finder især clickbait i tabloid-netaviserne. En undersøgelse fra 2015 af 10 store danske medier viser, at især medier som BT og Metroxpress scorer højt med hensyn til clickbait, mens medier som Børsen og DR scorer lavest (Nyberg, 2016). Hensigten med clickbait er selvfølgelig at generere så mange klik på artiklerne som mulig, fordi det betyder noget for avisernes reklameindtægter.

Clickbait bryder med den måde, nyhedsartikler traditionelt er bygget op med det vigtigste og konklusionen først. I stedet gemmer man som i en anden spændingsfilm på klimakset for at holde læserne fanget. Der er dog ikke tale om fake news, sådan som vi har brugt betegnelsen ovenfor, selvom der sagtens kan være glidende overgange mellem dem. Artiklen om Blomsterberg ovenfor er således både fake news og clickbait. Indholdet i de fleste clickbait-artikler kan dog som regel verificeres uden videre. Det utilfredsstillende rent journalistisk er først og fremmest, at overskriften ikke svarer til indholdet, og at vi derfor føler os snydt.