



4. Journalistik og det postfaktuelle samfund

Hvad er vilkåret og mulighederne for journalistik på sociale medier, når fake news kan være en del af nyhedsbilledet? Kapitlet fokuserer på nyhedsjournalistik på sociale medier i et demokratisk samfund mellem fake news og konstruktiv journalistik.

4.1 Journalistik i den digitale tidsalder

På sociale medier er vi både læsere af nyhedsfeeds fra diverse kilder og redaktører af vores egne ytringer. De fleste opslag, vi læser eller skriver på sociale medier, er med til at forme os og indgår i en selvfortælling.

Algoritmerne bag det, vi ser, skriver og klikker på, viser de emner, vi er optaget af. Hvilken virkelighed bidrager man selv til at skabe, når man læser professionelle nyheder eller laver sine egne opdateringer? Hvem skriver man til, og hvad betyder det, man fortæller, for andre mennesker? Får man skrevet om emnet på en måde, der giver den rette forståelse, og har man forstået andre på den rette måde? Her kan vi blive klogere af at få kendskab til journalistik, uanset om vi læser indhold skrevet af professionelle journalister eller af individuelle brugere på sociale medier.

Nyhedskriterier – klassiske og sociale

Hvert eneste opslag kan ses som en slags nyhed. Det gælder, uanset om opslaget reelt er en avisnyhed eller et personligt opslag, og uanset hvor meget eller hvor lidt der end er tænkt over nyhedsværdien. Derfor er det vigtigt, at vi alle har et minimum af uddannelse i nyhedsjournalistik og forstår at være kritiske i vores omgang med sociale medier, uanset om man er professionel journalist, selv laver opslag

59

"Sociale medier og virkelighedsopfattelse"

på de medieplatforme, man er medlem af, eller om man kun læser og 'liker' andres.

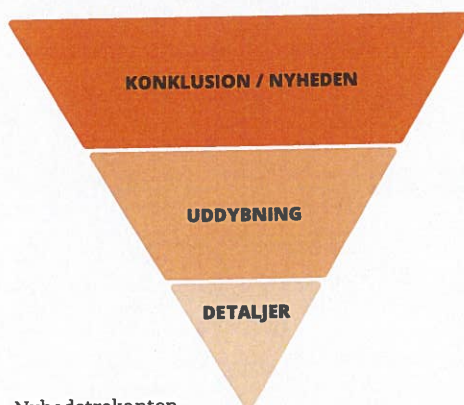
Hvornår har vi en nyhed? Journalistikken opererer traditionelt med fem nyhedskriterier: væsentlighed, identifikation, sensation, aktualitet og konflikt – også kaldet VISAK. Med opkomsten af de sociale medier har hvert af de fem nyhedskriterier fået en social medievariant, hvis karaktertræk afspejler de sociale mediers natur. Varianten skal ikke ses som en opskrift, men som en tendens. Mener du, de skal blive ved med at være sådan som i eksemplerne herunder?

Nyhedskriterier	De fem klassiske – oprindeligt analogt tænkte	Sociale kriterier – digitale varianter af de klassiske
Væsentlighed	Nyheden har almenmenneskelig relevans og betydning for samfundet og fællesskabet.	Væsentligheden måles på, hvad flest 'liker', deler eller er enige i på en kommentartråd.
Identifikation	Man kan se sig selv i nyheden. Hvis en nyhed finder sted i et fjernt land, er det sværere at identificere sig. Man vil i stedet finde nogle nyheder, som har betydning i Danmark.	Der er vægt på det følelsesmæssige og et skift til "se mig" fra "bare det var mig" eller "godt det ikke er mig".
Sensation – det overraskende	Når noget i nyheden kommer bag på os. Det klassiske og ideelle eksempel er strukturen forbundet med ideen, at 'mand bider hund', altså at man forinden ikke kunne forestille sig det.	Socialt liv skabes gennem chokeffekter.
Aktualitet – 'breaking'	Nyheden handler om en hændelse, der lige er sket.	På sociale medier skal den især også gerne bringes nu og her. Aktualiteten vises ofte som resultater af optagelser på live-kamera.
Konflikt	Nyheden er opbygget omkring et spændingsmoment. Den har en dramatisk spændingskurve og har helte og skurke indbygget i historien.	Konflikten mærkes i kommentarsporet. Er vi enige og ytrer os? Eller er vi tavse, fordi vi er uenige? Dette er typisk mekanismen i ekkokamre.

Nyhedstrekanten

Professionel journalistik er struktureret efter nyhedstrekanten, som er en trekant, der vender på hovedet. Pointen skal siges først. Vi begynder derfor med selve det nye og konklusionen om det. Dernæst uddybes der med journalistiske spørgsmål ud fra hv-ordene *hvem*, *hvad*, *hvor*, *hvornår* og *hvordan*. Endelig kommer alle detaljerne. Nyhedstrekanten vender modsat informationstrekanten, som den typiske danske stil følger i den analyserende genre, hvor vi begynder med konkrete dele, fortolker til helheder og konkluderer til sidst.

Da vi endnu kun havde trykpressen, var formålet med rækkefølgen i nyhedstrekanten, at typografen skulle kunne skære unødvendige detaljer fra, hvis der ikke var plads i avisen. Både i nyheder fra professionelle digitale journalister, hos influencere og i almindelige posts er det centralt at få nævnt pointen først, hvis den skal have opmærksomhed. For vi kommer ofte til at overfladelæse på en skærm og er generelt blevet mindre tålmodige læsere online.



Nyhedstrekanten

Clickbait

Mange nyheder og reklamer benytter tricket clickbait, der kan skabe opmærksomhed, men også vildlede os ved ikke at formidle essensen af teksten. Clickbait spiller mere på det valgte nyhedskriterium end indholdet, så vi opdnes til at klikke. Ofte er der tale om en såkaldt *tom referent*, fordi det ikke er artiklens hovedindhold, der får fokus. Ifølge forskerne Kenneth Reinicke Hansen og Jonas Nygaard Blom indtager avisen B.T. førstepladsen i clickbait blandt danske medier.

Formålet med clickbait er for nyhedsmediet at booste klik på nyheder, der kan sælge avisen godt. Bag en clickbait gemmer der sig ofte en svagt researchet, dårligt gennearbejdet eller halvfærdig nyhed. Når vi klikker, bidrager vi til en statistik. Hvert nysgerrigt klik viser efterspørgsel efter netop de nyheder, som vi mere eller mindre tilsigtet får

signaleret, at vi gerne vil have flere af. Hvis vi skal fremme gode nyheder, skal vi derfor være kritiske over for, hvilke medier vi klikker på og læser på sociale medier.

I de senere år er clickbait blevet mere og mere normalt selv på førende aviser, hvor dens tekst og artiklens indhold dog er forbundet, men kan rumme en lille fordrejning af indholdet. Det ses både i nyhedsartikler skrevet af avisens egne journalister og i debatartikler skrevet af læsere, men hvor avisens redaktør lægger en ekstra vinkel ind, der afspejler avisens strategi og kan lokke læsere til.

Robotter i journalistik

Traditionelt har journalistik været skrevet af uddannede journalister, men med opkomsten af kunstig intelligens og *machine learning* kan man nu også træne særligt programmerede algoritmer til at producere journalistik. De kaldes journalistrobotter og benyttes ofte i sammenhænge, der har brug for hurtigt producerede informationer i tekstform. Et eksempel er robotten Mimi, der kan producere 1500 artikler om dagen.

Journalistrobotten bygger på et puslespil af skabeloner, sandsynlighedsberegninger og formelsætninger. Når den fodres, leverer den teksten som lynhurtige feeds inden for et givet semantisk felt som fx en branche i erhvervslivet, aktiemarkedet eller sportjournalistik. Den er særdeles effektiv, hvis den har at gøre med faste systemer, regeltyper og informationstyper og kan fx gætte sig til en fodboldklubs resultat ud fra tidligere kampe, uden den nødvendigvis skriver sandheden.

En fordel ved denne journalistrobot er, at den kan skrive de mere rutineprægede tekster, som ikke læses af mange, men hvor indhold skal ud, og hvor hastighed gør en forskel. En ulempe er forbundet med kvalitet. Den har endnu ikke empati og kan ikke indleve sig i menneskelige følelser og kompleksitet. Teksten kan også blive absurd eller komisk at læse, hvis dataene har en lille fejl som fx et semikolon i stedet for et komma.

Der er etiske dilemmaer forbundet med journalistrobotten, hvis menneskers job overflødiggøres unødigt af maskiner. Det vil kunne ske, når der spekuleres i at spare arbejdskraft fremfor at skrive gode tekster. Fra 2022 kender verden sprogmodeller som ChatGPT, der også er i stand til at skrive tekster for os alle. På sigt kan man også forestille



sig endnu mere komplekse algoritmer, der kan standardisere fremstillingen af menneskelige emner ud fra, hvad der får opmærksomhed og dermed kan sælge. Dette har Viggo Bjerring (f. 1981) set for sig i *Verdenshjertet* (se side 154) (2021), der dog ikke er journalistik, men en sci-fi-roman. Skal robotter fremover skrive endnu mere af det, vi læser? Hvilke standarder skal vi i givet fald have for dem?

4.2 Sandheder, løgne og fake news

I begyndelsen så mange de sociale medier som en gave til den demokratiske samtale og globaliseringen. Året 2016 blev dog et vendepunkt. Med det amerikanske præsidentvalg og afstemningen om Brexit så vi bagsiden af medaljen, fordi den demokratiske offentlighed viste sig at blive forvrænget af nyhedsløgne og manipulation på de sociale medier.

Gave til demokratiet eller populisme?

Forinden havde mange i den vestlige verden hyldet den frie demokratiske samtale på sociale medier, fordi alle nu kunne blive en stemme i offentligheden og blive hørt uden at skulle godkendes af en redaktion



Fake news blev en magtfaktor under det amerikanske præsidentvalg i 2016, da Donald Trump (f. 1946) fandt på løgne om sin modstander Hillary Clinton (f. 1947) og vandt valget.

bag debatpalterne på en avis. Hvis man sender et debatindlæg ind til en almindelig avis, bliver man vurderet for sine skriveevner, relevans for nyhedsmediet og offentligheden. Hvis man får optaget et debatindlæg, kan man blive bedt om at redigere dette. Man kan også blive afvist af redaktionen.

På de sociale medier var der i begyndelsen ingen begrænsninger. Man kunne endda få stor rækkevidde med sin virkelighedopfattelse og herunder såvel sine holdninger som sin egen udgave af virkeligheden, hvis man var dygtig til at bruge mediet. Virksomheder og politiske partier kunne købe sig plads til at fremme deres virkelighedsopfattelse, og det havde strateger bag de to valgkampagner i USA og Storbritannien stort flair for at udnytte.

Da Donald Trump (f. 1946) vandt det amerikanske præsidentvalg i 2016, skyldtes sejren en række løgne over modstanderen Hillary Clinton (f. 1947). De blev bortforklaret af hans presserådgiver, som kaldte dem for "alternative kendsgerninger". Historien gentog sig samme år under afstemningen om Brexit, da Storbritannien stemte sig ud af EU. Her byggede daværende premierminister David Cameron (f. 1966) og Det Konservative Parti argumentationen på løgne og fordrejede sandheder om landets udbytte af det europæiske samarbejde. Begrebet *fake news* kom nu på alles læber som den ingrediens, man kan finde i populistiske politikeres kyniske opskrift på magt og magtmisbrug.

Vi begyndte også at tale om *det postfaktuelle samfund* som en slags sygdomstegn i demokratiet. Det dækker over en offentlighed, hvor der

manipuleres med kendsgerninger, og hvor udokumenterede påstande er blevet mindre vigtige end kendsgerninger og viden. I et sådant samfund er der en fare for, at der skabes ekkokamre, hvor borgere mister tilliden til demokratiet.

Fake news

Nyheder skabt på alternative kendsgerninger kalder vi *fake news*, hvilket afspejler fænomenets amerikanske oprindelse. Nogle kalder det falske nyheder. Blandt forskere er der enighed om, at begrebet bruges uoversat som mængdebegreb. I ental kaldes det en *fingeret nyhed*, der agerer på falske præmisser ved at ligne eller give sig ud for at være en nyhed, og som spredes via internettet. Fake news dækker over et spektrum fra manipulation med en snip af en kendsgerning til fuld opdigtning af virkeligheden om en sag.

Vi har alle dage haft både løgne og manipulation i nyhederne, og vi kender det fra den politiske propaganda, der har særligt gode vilkår i krig eller totalitære systemer. Det nye vilkår med fake news på sociale medier er særligt problematisk. For fake news skaber en rygtedannelse, der udfordrer den offentlige samtale og muligheden af, at vi kan tale om den samme virkelighed. Fake news har potentiale for at kunne sprede sig seks gange så meget som sande nyheder og risikerer at sætte sandheden over styr. Med associationer til coronapandemien og naturen i et virus kalder man det også for *infodemi*, når fake news løber løbsk i ekkokamre.

Kort sagt drejer fake news sig om vildledende brug af informationer, og der er altså en risiko for en skævvridning af sandt og falsk, uden



vi aner det. Det er derfor vigtigt, at vi som borgere får indbygget en detektor i os, hvormed vi selv opdager dem. Fake news kan inddeles i kategorier, der gradbøjer denne vildledning: *Misinformation* er, når man spreder nyheder uden at vide, at det er falsk. *Desinformation* er spredning af en nyhed, der bevidst fordrejer sandheden. Ved *malinformation* er hensigten bevidst at skade andre. Online-tjenesten TjekDet har videoeksempler på alle tre.

Scan og
se videoerne på
TjekDet



prx.dk/ncta6

Nyhedsdækning, fake news og propaganda

Det kræver ikke bare et vist niveau af oplysning og uddannelse samt kendskab til både traditionelle og sociale medier at være kritisk over for en fingeret nyhed. Det kræver også, at vi har et relativt nuanceret kendskab til den løbende nyhedsdækning, til nyhedsmedier og til de konkrete nyheder, vi udtaler os om offentligt. I den sociale medievirkelighed er vi særligt udfordrede af, at vi ikke nødvendigvis læser, hører eller ser de samme nyheder og derfor er lette at manipulere med.

Et eksempel er konspirationsteorier under coronapandemien, hvor store befolkningsgrupper i fx USA og Tyskland troede, at corona var opspind, eller hvor kinesiske myndigheder bildte folk ind, at corona var styret af et amerikansk komplot ledet af CIA.

Et andet eksempel er stormen på Kongressen d. 6. januar 2021, hvor Donald Trump havde bildt republikanske medier ind, at Joe Biden (f. 1942) havde stjålet hans valgsejr. Trump var ikke blevet genvalgt, hvorefter store horder af hans tilhængere trængte ind i Kongressen med brug af statskupslignende metoder. Selvom utallige undersøgelser af valgresultatet har dementeret Trumps påstand, var løgnen fortsat en trussel mod demokratiet på årsdagen.

Da Vladimir Putins (f. 1952) krig i Ukraine brød ud d. 24. februar 2022, kom brugen af fake news i spil på det mest komplekse plan inden for international politik, nemlig som led i cyberkrig. Såkaldte troldefabrikker i Rusland viste sig leveringsdygtige i avanceret propaganda baseret på manipulation på de sociale medier. Putin beskyldte blandt andet den ukrainske præsident Volodymyr Zelenskyj (f. 1978) for at være nazist på baggrund af et billedmanipuleret Instagram-opslag. Zelenskyj har taget en selfie, hvor nummeret 95 i den oprindeli-



Stormen på Kongressen i Washington D.C. efter præsidentvalget i 2021. Donald Trump (f. 1946) havde været præsident siden 2016 og anerkendte ikke valgets udfald, men påstod, at Joe Biden (f. 1942) havde stjålet hans sejr.

ge version er blevet manipuleret om til et hagekors. Troværdigheden var dog lav for alle, der vidste, at Zelenskij selv er af jødisk afstamning, og at det er så godt som usandsynligt at finde nazistiske jøder.

Siden havde Putins troldefabrikker hacket sig ind på et utal af afrikanske sociale medieprofiler og fyldt intetanende afrikanere med løgne om alliancen mellem den vestlige verden og Ukraine for at vinde Afrika over på sit hold. Propaganda gennem sociale medier er altså blevet den nye krigsammunition, som alle skal holde sig for øje – også når man selv mener at være på 'det rette hold', da det kan bruges på begge sider i krigen.

De nævnte eksempler giver anledning til spørgsmål om farerne ved fake news – især når de når en skala som mobning eller propaganda. Hvis en fingeret nyhed kommer i hænderne på de forkerte og får lov til at slå rod i en større befolkningsgruppe, kan det udgøre en risiko for befolkningens sammenhængskraft og demokratiets vilkår.