

Alternative kendsgerninger og Fake News

Dette baggrundsmateriale bygger på filosoferne Vincent F. Hendricks og Mads Vestergaards bog *Fake News – Når virkeligheden taber* (Gyldendal, 2017). Bogen er ifølge bagsideteksten deres *bud på en sammenhængende analyse af en udvikling hen mod et postfaktuelt demokrati, hvor eventyrlige fortællinger erstatter kendsgerningerne som grundlag for politisk meningsdannelse, debat og lovgivning – til skade for demokratiet selv.*

Baggrundsmaterialet indledes med en drøftelse af en udtalelse om, at Det Hvide Hus nogle gange kan være uenige med fakta. En udtalelse eleverne møder i arbejdet med sandhed indenfor journalistik. Herefter gennemgås, hvordan sandhed forstås indenfor journalistik, samt hvad der kan modvirke denne. Endelig gennemgås en skala over informationskvalitet og til sidst motivationen for at fremstille fake news samt konsekvenserne af sådanne. I teksten indgår en række citater i kursiv. De stammer alle fra ovennævnte bog med mindre andet er angivet.

Alternative kendsgerninger

I kølvandet på Donald Trumps indsættelse som præsident for USA den 20. januar 2017 fulgte en diskussion anført af Trump selv, om hvor mange mennesker, der havde været til stede ved højtideligheden i forhold til ved hans forgængers indsættelse, og om hvorvidt solen havde skinnet under hans tale eller ej. Selvom fotomateriale fra dagen modsagde Trumps udsagn, ændrede hverken præsidenten eller Det Hvide Hus holdning. I stedet endte en presset pressesekretær med at sige:

Sometimes we (The White House) can disagree with the facts.
Sean Spicer, Det Hvide Hus' pressesekretær, 23. januar 2017.

Spørgsmålet er imidlertid, om man kan være uenig med kendsgerninger eller tale om alternative kendsgerninger. Som Hendricks og Vestergaard skriver:

Kendsgerninger er kendsgerninger. Udsagn, der hidrører faktuelle forhold, er enten sande eller falske. En alternativ påstand, der bestrider et sandt udsagn, er blot en falsk påstand. Man kan selvfølgelig erklære sig uenig i, at det faktisk er kendsgerningerne. Men at være uenig med kendsgerningerne er at være uenig med virkeligheden. Udsagnet "solen skinner" er sandt, hvis og kun hvis, solen skinner – om du kan lide det eller ej. Hvis noget er kendsgerninger, og kendsgerningernes adelsmærke præcis er, at de er sande, så kan de "alternative kendsgerninger", som bestrider kendsgerningernes sandhed, ikke også være sande. Det vil i så fald stride mod non-kontradiktionsprincippet, altså princippet om ikke at modsige sig selv (s. 95).

Det er ikke altid let at fastslå, hvad kendsgerningerne er. Men det er ikke det samme, som at der ikke findes kendsgerninger eller sandhed – de er måske bare ikke afdækket endnu. I journalistik er sandheden altid midlertidig (ligesom i naturvidenskaben), da der kan dukke nye oplysninger eller kendsgerninger op, som gør, at man må revurdere sin nyhedshistorie. At sandheden er midlertidig, betyder dog ikke, at man ikke skal eftersøge den.

Sandhed i journalistik

Den amerikanske forsknings- og medieorganisation, Projekt for Excellence in Journalism har opsat nogle journalistiske principerklæringer. Her hedder det:

at journalistikkens første og største forpligtelse er overfor sandheden, dog ikke i en absolut eller ufejlbarlig forstand: Den 'journalistiske sandhed' er en proces, der begynder med den professionelle disciplin at indsamle og verificere kendsgerninger. Herefter forsøger journalister at viderebringe en balanceret og pålidelig redegørelse for disse kendsgerningers betydning, der er gyldige for nu, men samtidig genstand for yderligere undersøgelse. (s. 96)

Af samme principerklæring fremgår, at journalisterne skal undgå bobledannelse ved at holde nyheden i passende proportioner. Det vil sige, at de ikke må blæse hændelser sensationelt op, sætte folk i bås, være uforholdsmæssig negative eller positive eller fremstå pseudovidenskabelige. Journalisterne skal med andre ord tegne et passende og balanceret billede af virkeligheden.

Journalisters forhold til sandheden hænger sammen med journalistikkens selvforståelse som en hjørnesten i demokratiet:

Pressen har en oplysningsrolle og et samfundsmæssigt ansvar over for befolkningen. Den skal informere borgerne om det væsentlige, belyse samfundsmæssige problemer, være dørvogter for den offentlige debat, værne om dens kvalitet, frasortere løgn, usandhed og vrøvl og derved kvalificere den offentlige mening. Samtidig skal den agere vagthund over for magthaverne og holde dem ansvarlige over for befolkningen og afsløre magtmisbrug. Den demokratiske nøglerolle til pressen fordrer journalistiske værdier som politisk uafhængighed, balanceret dækning, væsentlighed som udvælgelseskriterie, transparens, ubestikkelighed, sandfærdighed og præcision (s. 53).

Medielogikken: Journalistiske idealer, kommercielle interesser og teknologiske betingelser

At leve op til de journalistiske idealer om at tegne det helt rigtige billede af virkeligheden er ikke let, da journalisters arbejdsproces, der ofte involverer en deadline, sætter en grænse for, hvor mange informationer de kan nå at indhente og få verificeret. Derudover ønsker nogle kilder måske at tilbageholde deres viden eller skjule fakta, eller måske stiller journalisten de forkerte spørgsmål.

Det er dog ikke alene journalistens arbejdsproces, der indvirker på, hvor balanceret nyheden er. Ved siden af de journalistiske idealer findes to andre forhold, som spiller ind, når en journalist eller et nyhedsmedie skal beslutte, hvilke nyheder de vælger at bringe: Kommercielle interesser og teknologiske betingelser. Tilsammen kaldes de tre dimensioner for medielogik.

Hvad angår det kommercielle perspektiv, så:

er den gode nyhedshistorie en, som fænger for et stort publikum af læsere, lyttere eller seere. Altså en, der høster meget opmærksomhed – som veksles til de for mediet ofte ganske vigtige reklameindtægter. At indfri det kommercielle mål fodrer fokus på det spektakulære og dramatiske og trækker nyhedsdækning i retning af underholdning (p. 54).

Et klassisk eksempel herpå er, når overskriften på en artikel er skåret alt for skarpt i forhold til det faktiske indhold. Nogle online nyhedsmedier tjener fx penge på de reklamer, der vises ved siden af nyhedsartiklerne. Jo flere, der klikker ind på nyheden og derved også reklamen, jo flere penge tjener mediet. Det kan både føre til overskrifter, der måske er mere sensationelle end sandfærdige, men også valg om at bringe historier, der måske er mere ”spændende” end væsentlige.

De teknologiske betingelser beskriver rammerne for, hvad der fungerer godt på medieformatet. Fx at udtrykke sig i korthed på TV eller med max 140 tegn på twitter. De korte formater levner ikke plads til de mellemregninger eller analyser, der ellers kan være med til at sikre balance i nyheden.

Information, misinformation og desinformation

Hvis en journalist efter deadline støder på nye afgørende oplysninger, skal journalisten sørge for at oplysningerne kommer frem til offentligheden. Journalisten kan ikke beskyldes for at lyve, men for at misinformere – noget der kan ske for alle journalister. Hvis journalisten imidlertid bevidst skriver noget faktisk forkert, så desinformerer vedkommende. Eller som Hendricks og Vestergaard skriver:

At være informeret om noget kræver, at man har korrekte, faktuelle overbevisninger om sagen (Kulinski 2000). Modsætningen er ikke at være uinformeret, men at være misinformeret. Hvis man er uinformeret om noget, behøver man ikke have en overbevisning om, hvad der er tilfældet. [...] Hvis man derimod er misinformeret, har man faktisk falske overbevisninger, som man tror er sande. Misinformationer misleder borgere, politikere og journalister. Det kan man uforvarende gøre ved at videreformidle informationer, man selv tror på, men som viser sig at være et falsum. Hvis misinformationen derimod er bevidst, hvad der selvfølgelig kan være svært at afgøre eller bevise, er der tale om desinformation (Søe, 2014) (s. 98)

Hvad der er information, misinformation og decideret desinformation kan være svært at afgøre. I et forsøg på at skabe et overblik over kvaliteten af information har Hendricks og Vestergaard udarbejdet en informationskvalitetsskala, hvor henholdsvis sande og forskellige former for falske udsagn og sandhedsundergravende strategier udgør hver sin pol. Jo længere ned af skalaen, jo større er graden af misinformation.

SKALA OVER INFORMATIONSKVALITET

Skriften med fed er fra skalaen i bogen, mens teksten i kursiv er uddybninger fra bogen.

ZONE 1

SANDE UDSAGN: Verificerede kendsgerninger

ZONE 2

FORVANSKEDE UDSAGN: Ramme, spidsvinkling, undladelse, kendsgerninger i udvalgt

Dagsordensættelse [...] angår ikke alene, hvilke sager som får opmærksomhed, men også hvordan de vinkles eller indrammes – hvordan de frames (s. 101).

Sker rammesætning massivt og systematisk i én retning, er resultatet ubalanceret dækning og

informationsformidling, som kan virke misledende. Præsenteres man kun for en side af sagen, kan det ske på bekostning af andre perspektiver og kendsgerninger. Imidlertid er det også problematisk, hvis man altid holder fast i, at der er to – noget nært ligestillede – sider af en sag. **Fifty-fifty-journalistik** kan være baseret på en misforståelse af idealerne om balance og objektivitet (Korsgaard 2017) (s. 102-103). Beslægtet med skarpvinkling er 'sandhed i udvalg' – også kaldet **cherry-picking** [...] (s. 103). Her undlader man at nævne de kendsgerninger, der ikke understøtter ens program, perspektiv eller pointe. Så er kendsgerningerne noget man ignorerer efter evne og bruger efter behov. Det undergraver betingelserne for evidensinformeret politik (s. 103)

UDOKUMENTEREDE UDSAGN: Rygter (måske sande, måske falske)

Udokumenterede rygter kan være sande eller falske. Nogle gange er der noget om snakken, andre gange ikke. Det er svært at afgøre, når der netop kun er tale om rygter, der ikke er verificerede som kendsgerninger – eller falsificeret som blot et rygte. Imidlertid kan de have stor indflydelse på folks opfattelse af en sag eller en person, herunder politikere. Det gælder også, selvom rygterne er blevet falsificeret. Det gør **rygtespredning** til en effektiv misinformationstaktik [...] (s. 105)

ZONE 3

FALSKE UDSAGN: Misrepræsentation af, i modstrid med, kendsgerningsforhold

LØGN: Intenderet falsk udsagn

Løgneren forsøger at bedrage ved bevidst at misrepræsentere fakta. Løgneren har som mål at indgive faktisk falske overbevisninger hos den, der lyves for, og dermed manipulere vedkommendes opfattelse af, hvad kendsgerningerne er. [...] Løgneren anerkender skellet mellem sandt og falsk, men forsøger at skjule sandheden (s. 108).

BULLSHIT: Misrepræsentation af ens motiver og formål, forstillelse, fingerering, opløsning af skellet ml. sand og falsk.

Bullshitteren ignorerer fuldstændig spørgsmålet om sandhed og kendsgerninger. Derfor er bullshit [...] en større trussel mod sandhed end løgne (Frankfurt 2005:61). Succesfuld bullshit i store mængder kan bidrage til at opløse selve skellet mellem sandt eller falsk [...].

Målet med bullshit er ikke nødvendigvis at få folk til at tro på indholdet af det, man siger. Det kan også være at få folk til at handle på en bestemt måde eller selv slippe af sted med noget – uden at det bliver opdaget, at det er det, man forsøger. Hvis man for eksempel bullshitter ved at tale udenom, kan det gøres ved at lire en masse for sagen irrelevante, men faktisk korrekte informationer af. Det kan give indtryk af, at spørgsmålet forsøges besvaret, mens målet reelt er at trække tiden ud og netop slippe for at svare (s. 108).

FAKE NEWS: Fingerede nyheder, misrepræsentation af motiver og formål, der simulerer journalistik og således sandfærdighed

Selvom fake news oftest består af falske eller udokumenterede påstande, fordrejninger og forvanskninger osv., som tilsammen virker som misinformation, er det definerende træk ved fake news ikke, at de er faktisk falske. Det er, at de giver sig ud for at være journalistik og sandhedssøgning, mens målet reelt er et helt andet. Ved at fremstå som ægte nyheder kan fake news give sig ud for at have oplysning eller sandhed som det endelige mål, men reelt har de et politisk eller økonomisk mål gennem opmærksomhedshøsten, hvilket igen skjules for modtageren (s. 109).

Hvorfor fremstille fake news?

Fake News fremstilles i grove træk af tre grunde: 1. for sjov (trolling), 2. for penge i form af webtrafik, eller 3. som propaganda eller led i en magtkamp.

En troll er en internetbruger, der producerer et indlæg alene med det formål for øje at fremprovokere og antænde en hidsig diskussion. En troll mener ikke nødvendigvis selv, hvad vedkommende poster. Formålet med indlæggene er udelukkende at få folk til at "hoppe på" og hidse sig op.

Fake news for pengenes skyld hænger sammen med opmærksomhedsøkonomien:

Den informationsmæssige infrastruktur og mulighederne for at veksle opmærksomhed i form af klik til reklamedollars, som blandt andre Google og Facebook giver anledning til, har skabt et kraftigt økonomisk incitament til at producere og sprede fake news (s. 113).

Fake news kan også indgå i sociale, kulturelle, religiøse, ideologiske og politiske magtkampe. I sidstnævnte kan de medvirke til politisk polarisering og styrke loyaliteten mod en bestemt kandidat. I værste fald er konsekvensen, at vælgerne ikke baserer deres politiske holdninger eller afgiver deres stemme på baggrund af de kendsgerninger, der er til rådighed, men i stedet træffer en beslutning på baggrund af faktisk falske præmisser, rygter, løgn eller bullshit.

Konsekvensen af Fake News

Fake News og falske og fordrejede udsagn er ikke uden konsekvenser. De undergraver den offentlige debat, som skal sikre demokratiet. En postfaktuel politisk debat underminerer demokratiers effektivitet og legitimitet, da:

evnerne til politisk effektivt at adressere og løse samfundsmæssige problemer – herunder de store globale udfordringer verden står overfor – og demokratiet selv, trues af politisk debat, hvor fakta betyder mindre end følelser og holdning (s. 146).

Derudover så betyder mistillid til fakta kombineret med personangreb og lignende, at de demokratiske institutioner:

som muliggør, at man kan stille magthaverne til regnskab på et faktisk og sagligt grundlag, dvs. medier, parlament og domstole, undergraves selve demokratiet. At undergrave mediers og domstoles legitimitet er at undergrave tilliden til de kontrolmekanismer, som er sat i verden for at forhindre demokratiets overgang til autoritært styre ... svarer det til at opsig demokratiets grundlæggende kontrakt (s. 162).

Litteratur:

Vincent F. Hendriks og Mads Vestergaard: Fake News – når virkeligheden taber, Gyldendal, 2017
Mads Rangvid og Mimi Sørensen: Perspektiver i dansk – grundbog, Daneklærerforeningens Forlag, 2018
Mogens Meilby: Journalistikkens grundtrin – fra ide til artikel, Forlaget Ajour, 2001