

## Fakta, fiktion og fake news (nyheder på tv og sociale medier)

Journalister er altid gået efter at fortælle gode historier, men i de seneste år er dramatiseringen blevet mere fremtrædende i nyhedsformidlingen, ligesom nyheders forhold til virkeligheden også er blevet udfordret.

Denne artikel introducerer til den journalistiske formidlings grundprincipper med afsæt i tv-nyhederne. Hvad er en nyhed, hvordan vinkler og dramatiserer man nyheden for at gøre den spændende, hvordan kan man bruge fiktionsanalysen i forståelsen af nyhedsformidling - og hvordan præger dramatiseringen troværdigheden?

I forlængelse heraf beskrives hvordan **nyheder på nettet** er med til at udfordre vores forståelse for, hvordan nyheder bliver præsenteret og hvordan de forholder sig til virkelighed – og hvordan man som lærer kan arbejde med analyse af forholdet mellem nyhed og virkelighed.



Materialet baserer sig på lærebøgerne, *Læring med levende billeder – det digitale perspektiv* (Samfundslitteratur 2019) og *Sociale medier – en introduktion* (Hans Reitzels Forlag 2017).

**Målgruppe:** Lærere på udskoling og ungdomsuddannelser.

### 1) Tv-nyheder som genre

Tv-nyheder har til formål at formidle oplysninger og skabe debat gennem en journalistisk bearbejdet præsentation af udvalgte aspekter af virkeligheden. Tv-nyheder tilhører fakta-genren, dvs. indholdet refererer til en faktisk eksisterende virkelighed. Dette er dog ikke ensbetydende med, at de giver et objektivt billede af verden; tværtimod, så har de historier fra og om virkeligheden, som fortælles, i reglen undergået en dramatisering. Skal man opnå en forståelse for tv-mediets nyhedsformidling er det derfor nødvendigt at inddrage et bredt spektrum af analyseværktøjer, som stammer fra filmanalyse, journalistik, dramaturgi og tv-teori.

### Hvad er en nyhed?

En nyhed drejer sig grundlæggende set om en ændring af en eksisterende tilstand (status quo), som kan være af interesse for en bredere målgruppe. At Rundetårn stadig står, er således ingen nyhed – det er det derimod, hvis det pludselig vælter eller man opdager at det i sommerens løb er sunket 2 meter ned i jorden. Hvilke begivenheder, der bliver til nyheder, afhænger af mediets redaktionelle nyhedskriterier, fx i hvor høj grad der prioriteres aktualitet frem for analyse, underholdning frem for oplysning eller identifikation frem for samfundsmæssig væsentlighed. Traditionelle nyhedskriterier handler bl.a. om:

**Aktualitet** (betoningen af her/nu/live): Aktualitet indebærer, at man kommer hurtigt ud med en nyhed, gerne indenfor 24 timer – og med nettet og den konstante opdatering i tv-kanaler radikaliseres dette (i dag taler man om minutter snarere end timer).

**Drama og konflikt:** Drama drejer sig om alt fra at fremstille en nyhed på engagerende vis til at prioritere drama og konflikt på bekostning af baggrund og analyse. Konfliktkriteriet er det suverænt mest brugte nyhedskriterium – og derfor udvikles nyhederne ofte omkring to aktører i et spændingsfelt. Som konsekvens af dette er det ofte krigsretorik/metaforer som præger nyhederne – priskrig, kamp om pladserne i folketinget etc.

**Nærhed** (jo tættere på jo bedre): Hvad angår nærhed, så skelner man mellem tre dimensioner:

**Afstand i tid** (er nyheden sket indenfor et overskueligt tidsrum?).

**Afstand i rum** (er det en nyhed, der geografisk har relationer til målgruppen?)

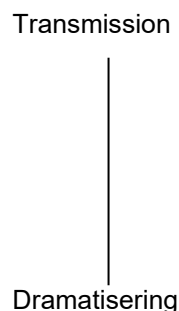
**Kulturel afstand** (skaber nyheden interesse for målgruppen, har de kendskab til området, er det væsentligt for dem?).

**Identifikation:** Identifikation kan fx etableres ved, at man i udsendelsen tager afsæt i en personlig vinkling på en sag i stedet for gennem rapporter og statistikker.

### 2) Tv-nyhederne og virkeligheden: dramatisering

Tv henter sit stof fra virkeligheden, men kan vinkle og dramatisere stoffet via forskellige parametre, bl.a. gennem betoningen af det underholdningsmæssige aspekt (fx gennem dramatisering og skarpvinkling) eller oplysning (gennem betoning af viden, information).

Man kan i forlængelse heraf skelne mellem to aspekter i formidlingen af nyheder: *transmissionen* (der forsøger "objektivt" at gengive begivenheden) og *dramatiseringen* (der vægter det underholdende og den følelsesmæssige appel, fx gennem fremhævelse af nyhedsværternes personlige egenskaber, brug af lydeffekter, jingles o. lign.).



### Tv-nyhedernes dramatisering

Man kan ved hjælp af dramaturgi skærpe seerens opmærksomhed på indholdet – effekten heraf er at seeren udviser større interesse for historiens indhold, etablere højere grad af identifikation med de medvirkende og indlever sig mere følelsesmæssigt i det set. Vi oplever da også i disse år, at der sker en udvikling i måden, som nyhederne præsenteres på. Serveringen af tv-nyhederne er derfor ikke neutral – den har konsekvenser for nyhedsmeddelelsernes samlede betydning. Det er altså nødvendigt ikke kun at se på indholdet, men også på formen når nyhedsudsendelser analyseres.

Til dramatiseringen af nyheder anvendes fremstillingsformer og fortælleteknikker, vi traditionelt kender fra fiktionen. Den fortællende journalistik forsøger at dramatisere eller levendegøre stoffet ved at fremstille personer, som handler og den arbejder med spændingsopbygning, person- og miljøbeskrivelse.

### Hvordan dramatiseres nyhederne?

Fiktionsdramaturgien bygger på fremdrift. Fremdrift er publikums følelse af at være tvunget til (dvs. ikke at kunne lade være med) skridt for skridt at følge et handlingsforløb i en historie fra dens begyndelse til dens slutning hen over dens indbyggede konflikter, forventninger, forhindringer, komplikationer, tidsfrister, overraskelser, omslag. Dette sker gennem forskellige narrative kneb:

#### Vidensunderskud

Fremdriften i historier formidlet gennem den journalistiske trekant er svag, dels fordi nyheden HAR fundet sted og altså er en genfortalt historie; dels fordi kronologien opløses og erstattes af analyser og argumenter. I modsætning til fiktionsfilm berettes nyheder "baglæns" – dvs. man starter med konklusionen og dermed ophæver man som sådan det såkaldte videns-underskud. For at skabe mere spænding og vidensunderskud kan journalisten undlade at afsløre for meget af sin historie i spib'en (= *speaker i billedet* – den tekst som nyhedsværten læser op før indslaget), der udgør indgangen til indslaget. Den grundlæggende journalistiske norm er, at man i spib'en afslører den vinkel, som det efterfølgende indslag skal eksemplificere, underbygge eller bevise. Det vil sige at nyhedens kerne – konflikten – afsløres med det samme. Hermed skifter seerens fokus fra *hvad* historien ender med – som i fiktionen – til informationen om *hvordan* situationen har udviklet sig som den har, *hvorfor* og med *hvilke konsekvenser*. Journalisten kan også gøre brug af vidensfald i sin omtale af en nyhed: heri ligger, at han bevidst tilbageholder viden for seeren, for at skabe spænding eller overraskelse. Journalisten fortæller i sådanne tilfælde ikke alt i *begyndelsen* af indslaget – han venter med at afsløre vigtige elementer til *konfliktoptrapningen*.

#### Almindelige mennesker

Der er desuden opstået en mærkbar tendens i de seneste år i retningen af at forkorte nyhedsklippenes varighed og at øge seeridentifikationen ved at inddrage flere såkaldt "almindelige mennesker" i sync'er.

#### Skarpere vinkling af nyhedsindslag

En nyhedshistorie har altid en vinkel. Det betyder, at journalisten ser nyheden ud fra et bestemt perspektiv og udvælger noget i historien til at være det vigtigste. Resten af historien skrives i forhold til den vinkel, der er valgt. En vinkel belyser altid kun et

udsnit af virkeligheden. Forsøger man at dække for omfattende et nyhedsområde, risikerer man at fokus forsvinder. Omvendt, så ligger der i det at *skarpvinkle et* nyhedsindslag, at journalisten i højere grad skærer stoffet i indslaget til, så der fortælles én og kun én historie.

### Visual proof

Visual proof betegner realsekvenser af lyd og billeder, som kan dokumentere eller levendegøre nyheden, således at seeren får lov at opleve dele af virkelighedens handlinger udspille sig for sine øjne. Man ser her sekvenser, der i fremstillingsmåde (scenisk og kronologisk) og oplevelseskvalitet (fascination og identifikation) ligner fiktionens dramatiske fremstilling.

### Visual storytelling

Visual storytelling indebærer anvendelsen af mindre dramaturgiske forløbsmodeller, som fx en spændingsskabende åbning og en overraskende slutning, der tydeligt lukker historien.

Den visuelle storytelling kan rumme reaktionsbilleder på den omtalte nyhed/handling: her ser man fx tilskuernes reaktioner på synet af en mand, der springer ud fra 70. etage eller et tog der kører af sporet. Jo mere, der krydsklippes mellem tilskuernes reaktioner og årsagen hertil, jo mere følelsesmæssigt intens bliver fremstillingen.

Endelig kan man ved hjælp af dynamisk komposition få et motiv til at fremstå mere interessant og øge fascinationen heraf, hvis det tages fra en anden synsvinkel end den øjet er vant til. Ekstremt fugle- eller frøperspektiv, »skævt« nedefra eller »skævt« oppefra, eller taget tæt hen langs siden på motivet bidrager til dynamikken. Nærbilleder, der bryder det traditionelle normalperspektiv, er også med til at give dynamik.

### Konflikter

En god historie skal gerne rumme en konflikt eller en anden form for interessemodsatning. Konflikt historier handler derfor om to eller flere parter, som støder sammen på grund af uenigheder om en sag. Konflikt fungerer godt som drivkraft i en historie, fordi konflikter kan være med til at pirre vores nysgerrighed og skabe identifikation. En god konflikt historie kræver derfor også, at vi kan identificere os med en af parterne i konflikten. I analysen af nyhedsudsendelsernes struktur kan man derfor med fordel anvende modeller, som ellers er udviklet på fortællinger.

### Fortællende dramatisering m. Aktantmodellen

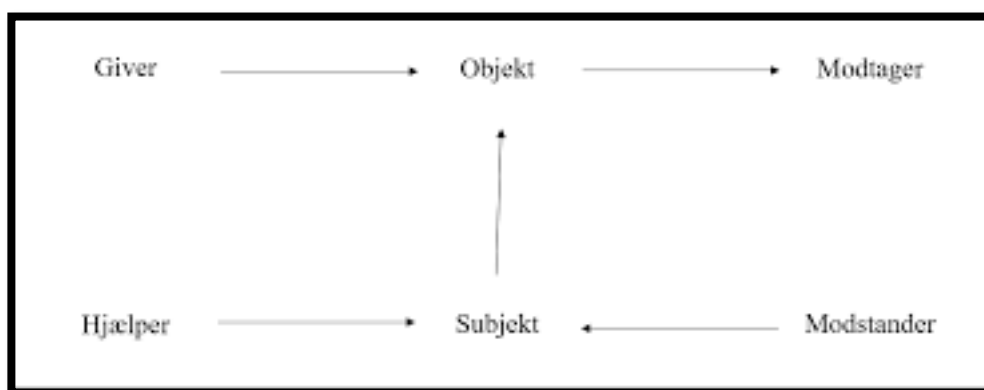
Aktantmodellen anvendes til at organisere plottet og de centrale medvirkendes indbyrdes relationer i en fiktionsfortælling. Overført til fakta-fortællinger er subjektet den hovedmedvirkende i case-historien. Den centrale del af modellen er modstander- og

Oplæg v. Hans-Christian Christiansen, 2020

hjelperpositionen. Relationen mellem de to aktanter beskriver konflikten. Casen er centralt placeret i midten, som subjektet. Konflikts parter er repræsenteret i modstander- og hjælperpositionen. Hjælperpositionen skaber fremdrift i historien, og modstanderen skaber forhindringer for subjektet og repræsenterer ofte værdier, der er i modsætning til subjektets. Modstanderen er i opposition til hjælperen.

En rigtig god modstanderposition er karakteriseret ved, at modstanderen direkte modarbejder subjektets intention om at opnå et eller andet. Hvis historien handler om en konflikt, er det nemt at finde en effektiv modstander. Giverpositionen giver subjektet det der skal til for at nå objektet og senere blive modtager. Derfor er giverpositionen en vigtig position i en relevant sidehistorie, der kan tilføre hovedhistorien nuancer og spænding på tidspunkter, hvor forløbet er ved at gå i stå. I fakta er giverpositionen ofte en ekspert eller en person, som indirekte forholder sig til subjektet og udtaler sig generelt om konflikten.

Eksempel:



**Aktant-modellen i nyhedsdramatisering.** Dramatisering af en nyhed om manglen på penge i sundhedssektoren (som ministeren kigger på) vil kunne konkretiseres således – med Gamle Lone Jensen som subjekt:

GIVER: Minister vil ændre prioritering af sundhedsudgifter

OBJEKT: Plejehjemsplads

MODTAGER: Gamle Lone Jensen

SUBJEKT: Gamle Lone Jensen

MODSTANDER: Kommunaldirektør der siger, at der ikke er midler til at sætte alle på plejehjem

HJÆLPER: Pårørende har kontaktet medier omkring forfærdelige forhold for ældre, der ikke kan komme på plejehjem

### 3) Perspektiv: hvor meget må vi manipulere med virkeligheden?

En række mediekritikere har sat spørgsmålstegn ved, om vi med den megen dramatisering overhovedet kan tale om journalistik – men der er grænser for brugen af dramatiserende virkemidler: fx begrænses dramatiseringen af nyhederne ved følgende normer:

- / der bruges ikke subjektive synsvinkler
- / medvirkendes blikretning rettes ikke direkte mod seeren
- / der manipuleres ikke med det dokumentariske materiale, dvs. stoffets virkelighedsreference (referencen til tid og rum). En journalist fra DR blev fyret netop for at manipulere med tid og rum i et indslag omkring danske troppers afrejse fra Irak
- / og selv om emnet som sådan ikke blev berørt af manipulationen, er det tabu at røre ved denne essens – det berører den helt afgørende faktakontrakt mellem DR og seeren!

### Analyse af nyhedsindslag

I analysen af en nyhedsudsendelse inddrages dels det filmanalytiske værktøj i analysen fx klipning, iscenesættelse og samspil mellem lyd og billede, dels anvendes værktøjer fra dramaturgi og journalistik i analysen.

Man kan anvende skemaet på næste side →

Indslag nr.				
Varighed				
Type (studieinterview, montage)				
Forløbsbeskrivelse: Indhold, aktører, rum (location), samspil mellem studie og journalister (klippes der mellem forskellige locations?) etc.				
Stil (billede, lyd, klipning)				
Dramatisering (journalistisk plot, vinkling, sprogbrug, visualisering)				
Nyhedskriterier (nærhed, aktualitet, konflikt eller...?)				

#### 4) Analyse af nyheder på sociale medier

De sociale mediers særlige dynamikker påvirker det traditionelle undervisnings- og analysefeltets forhold mellem *fiktion og fakta*, herunder analysen af nyheder og opslag på nettet. Hvor man i analysen af et nyhedsindslag på tv traditionelt fokuserer på den journalistiske vinkling og kvalitet (fx opbygningen, fokuseringen på konfliktelementer, alsidighed i dækningen osv.), må en analyse af fiktions-fakta indholdet i en video på YouTube eller Facebook tage højde for, at nyhedsindslag på disse platforme kan produceres af alle og enhver, og at de ikke filtreres af de konventionelle nyhedsinstitutioners gatekeepere. Kilden til disse nyheder fortaber sig ofte i det uvisse, og derfor kan det være vanskeligt – hvis ikke umuligt – at gennemskue afsenders troværdighed og intention.



Analysen af sådanne videoer bør derfor tage afsæt i de kildekritiske værktøjer, der er udviklet til at afkode afsenderens manipulation med udtrykket og i en forståelse af, at levende billeder på disse medier måske ikke nødvendigvis refererer til et virkelighedsplan.

Nyhedsopdateringen på medier som fx Facebook sker til forskel fra nyhedsopdateringen i de klassiske nyhedsmedier ikke nødvendigvis ud fra, hvor 'nyhedsværdig' en information er i journalistisk forstand, eksempelvis i forhold til nyhedens aktualitet og samfundsmæssige betydning. En nyhed på sociale medier bliver en nyhed, i det øjeblik at algoritmen registrerer den som delbar, og brugere deler den. Man taler derfor ofte om at det vigtigste nyhedskriterie i dag er *shareability*, potentialet til at blive delt og måske gå viralt.

Det, som ligger til grund for at en nyhed på sociale medier bliver en nyhed, er ikke længere fx aktualitet og relevans (se ovenfor) men det forhold at den spredes, *shareability*. Hvis den ikke spredes bliver den ikke set! I denne sammenhæng taler forskere ofte om tre kriterier, der skal til for at en nyhed bliver en nyhed på sociale medier:

**Identifikation.** "Toårig dreng fundet i live efter massiv eftersøgning" fra tv2.dk fik 28.591 interaktioner. De fleste kan relatere sig til historien allerede efter at have læst rubrikken. Historier med identifikation er nære og rammer de mest universelle følelser.

**Provokation:** "Udvist superstudent slutter med tre 12-taller på én dag" fra tv2.dk fik 24.738 interaktioner. En historie om Marius Youbi fra Cameroun, der skulle forlade Danmark, selvom karaktererne var i top. Indslaget var provokerende for mange i en tid, hvor debatten om, hvordan Danmark skal håndtere indvandring/flygtningeproblematikker/asylansøgere raser.

**Sensation/fascination.** "Femårig sendte gækkebrev til politiet – se, hvad de svarede" fra ekstrabladet.dk fik 35.260. En fortælling fra Fyn om lille Halfdan, der kom i uniform og på besøg hos politiet efter at have sendt dem et gækkebrev.

(Fra Rose og Wallberg, 2017)

Dette betyder at vi som brugere ofte kommer til at savne de lidt mere komplekse nyhedsorienteringer, som kan give os udsyn og forståelse for verden – og ligeledes får vi svært ved at vurdere sandhedsværdien af nyheden (da nyheder ikke filtreres og da afsenderen derfor ofte fortaber sig). Når vi skal vurdere nyheder, er det derfor vigtigere end nogensinde at forholde os kritisk til kilden, evt. efter nedenstående model:

## Model til kildekritisk analyse af nyheder:

### 1) Tjek domænet

Nedenstående site har url-domænet com.co. Det efterligner i domænenavn og design ABC News' website, men det afsluttende co. afslører at det har hjemme i Columbia. .co anvendes ofte af fake sites da det kan forveksles med .com



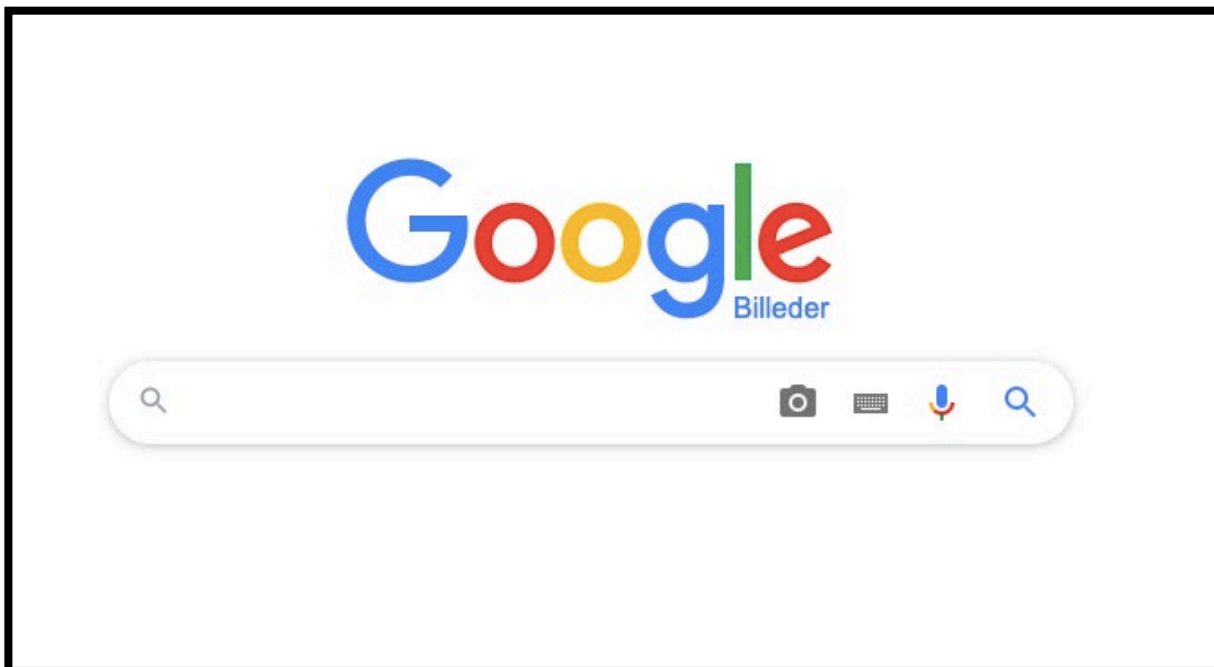
**Fake news:** Efterligning af ABCNews.com

- 2) **Tjek kilden:** Har nyheden en troværdig kilde som afsender. Fake news optræder ofte uden kilder
- 3) **Brug faktatjek,** fx tjekdet.dk (se næste side)



**Faktatjek:** Tjekdet.dk (leveret af mandagmorgen)

- 4) **Vurder nyhedens retorik, design og genre.** Fake sites efterligner ofte kendte nyhedssites, men er ofte sluskede (med stavefejl, dårligt sprog, gentagelser m.m.)
- 5) **Tjek billeder og framgrabs i Google billeder.** (se nedenfor)



**Google Billeder.** Man kan søge på de billeder og framgrabs der anvendes i en nyhed på "Google Billeder" og se om de er taget fra en anden sammenhæng.

Desuden kan man lave en **filmanalyse** af eventuelle videos og på baggrund heraf vurdere om de er blevet manipuleret (se nedenfor).



**Når skindet bedrager.** Kritisk analyse af videoer på nettet tager sit afsæt i kildekritiske værktøjer og metoder. Det kan fx gå ud på at søge på billeder/framegrabs fra den video, man arbejder med i Google Billeder. Det kan indebære opmærksomhed omkring url'en og en vurdering af afsenderens troværdighed på baggrund heraf, og endelig kan det dreje sig om en analyse af, hvorvidt billedet er blevet manipuleret. Med hensyn til billedmanipulation skal man fx se efter farveændringer, overgange mellem klip og forholdet mellem lys og skygge. Analyserer man således lys-skygge-forholdene i videoen *Golden Eagle snatches Kid* (ovenfor), så viser det sig, at skyggerne ikke stemmer overens med solens placering. Det er et tegn på manipulation.

## Kilder

Rose, G. og Wallberg, F. (2017). "Nyhedsformidling på sociale medier". I G. Rose og H.C. Christiansen (red.) *Sociale medier - en introduktion* (Hans Reitzels Forlag 2017)

Haastrup, H. K. (2006). "Filmanalyse". I G. Rose og H.C. Christiansen (red.) *Analyse af billedmedier - en introduktion*. (Samfundslitteratur 2006)