



Norsk Medietidsskrift,
årgang 22, nr. 1-2015, s. 1–6
ISSN online: 0805-9535

FAGFELLEVDERT ARTIKKEL

Journalistikkens flyktige kilder: verdier, praksiser og utfordringer

Marika Lüders
Seniorforsker
SINTEF IKT
E-post: marika.lueders@sintef.no

SANT OG USANT I SOSIALE MEDIER

Den norskproduserte kortfilmen «Syrian Hero Boy» ble et av fjorårets mest illustrerende eksempler på hvor kjapt tilsynelatende autentiske og dramatiske historier spres gjennom en kombinasjon av sosiale og tradisjonelle medier. Videoen ble lagt ut på YouTube 10. november og ble sett 8 millioner ganger før den ble fjernet. Historien om den syriske gutten som redder en liten jente fra snikskyttere var, som alle nå vet, iscenesatt og filmet på Malta.

«En amatørvideo viser angivelig en ung gutt som trosser kuleregnet for å redde ei jente», skrev Dagbladet den 12. november i sin første nyhetssak om videoen. På dette tidspunktet var det ikke kjent at videoen var rein fiksjon, og ingressen demonstrerer en av de vanligste strategiene journalister bruker når de velger å videreformidle innhold fra sosiale medier i situasjoner der de ikke har hatt mulighet til å kontrollere om historien er reell: De tar forbehold, bruker ord som «angivelig», «ifølge ubekreftede kilder» eller at historien ikke har blitt verifisert. Det å ta slike forbehold er åpenbart en journalistisk praksis som ikke er ny med sosiale medier som kilde til nyhetsjournalistikk. Utfordringen når sosiale medier blir en stadig viktigere kilde til nyheter, er derimot at tradisjonelle journalistiske verifiseringsmetoder kan komme til kort.

For det er liten tvil om at sosiale medier har blitt en svært sentral nyhetskilde for journalister. Det har mange positive konsekvenser. Kildebruken blir mer mangfoldig, journalister får enklere tilgang til øyenvitner, verden kommer nærmere. Men sosiale medier som nyhetskilde kombinert med stadig høyere forventninger til nyhetsproduksjon i nær realtid fører kanskje til at journalister ikke alltid legger like mye tid og krefter i faktasjekk og verifisering (se for eksempel Hermida, 2012)? Intervjuer vi har gjennomført med nyhetsjournalister i hovedstadens største mediehus i forbindelse med EU-prosjektet [REVEAL](#) antyder definitivt at det kan gå fort i svingene, og da særlig for journalister på nyhetsvakt:

«Når jeg nå har min uke med nyhetsvakt så går det jo mye raskere. Ikke sant, da kan jeg lage den første saken i løpet av ja en halvtime etter at jeg kommer

på jobb faktisk, hvis det går raskt nok. Altså når jeg sitter på nyhetsvakten nå til helgen og plukker opp at noe skjer ikke sant. Og da kan det gå fort altså. Men verifiseringen der, altså faktum er vel at på veldig mye av nettjournalistikken i dag så, altså hva slags verifisering er det som skjer a?»

«Det er gjerne tre av de som sitter på kvelden, tre og fire sitter hele tiden på Twitter eller har det i et hjørne. Du får gjerne ut en sak 30 sekunder før Dagbladet for eksempel. Du skal liksom slå de andre så da må du være årvåken på Twitter. Og hvis vi slår de da kommer vi på for eksempel SOL, ja de tar alltid de som er først. Så hvis du kommer først så kommer du der og for oss så betyr det en dobling, tredobling, firedobling i trafikken. I tillegg så får du kreds fra NTB hvis de tar en sak av deg. Da skriver de, 'TV2 eller Dagbladet eller VG melder ett eller annet'. Og det er hvert fall konkurranse internt da om å være før de andre.»

Verifiseringsutfordringer handler ikke bare om å unngå å lage nyhetshistorier på grunnlag av fiktive nyhetshendelser, men også om å rapportere faktiske hendelser så presist og riktig som mulig. Igjen kan kombinasjonen av barn og krigen i Syria tjene som eksempel. 17. februar i fjor twitret CNN-anker Hala Gorani et fotografi av fire år gamle Marwan tilsynelatende alene på vei gjennom ørkenen fra Syria til Jordan med teksten «UN staff found 4 year-old Marwan crossing desert alone after being separated from family fleeing #Syria.» Den faktiske historien om lille Marwan er dramatisk og har nyhetsverdi, men det viser seg at Goranis tweet ikke gir en helt riktig fremstilling av faktiske forhold. I en påfølgende tweet krediterer Gorani FNs Høykommissær for flyktingers representant i Jordan, Andrew Harper, som kilde for historien om Marwan. Harpers opprinnelige tweet fra 16. februar er litt mindre dramatisk: han bruker det samme bildet, men skriver «Here 4 year old Marwan, who was temporarily separated from his family, is assisted by UNHCR staff to cross #Jordan.» I realiteten viste det seg at Marwan aldri var mer enn noen meter unna sin egen familie. Gorani har i ettertid slettet sine første tweets om Marwan. Hennes intensjon var aldri å fordreie eller med vilje skape en mer dramatisk nyhetshistorie. Hun var rett og slett litt for kjapp i sin tolkning av Harpers opprinnelige tweet og tok seg heller ikke tid til å dobbeltsjekke saken.

VERIFISERINGENS IDE OG PRAKSIS

Journalistikkens samfunnsoppdrag, rollen som fjerde statsmakt og metaforene om journalisten som portvakt og vaktbikkje er betegnende for hvordan journalistikkens legitimitet i stor grad henger sammen med idealtypiske forestillinger, normer og idealer om upartiskhet, objektivitet og nøyaktighet. Nyhetsorganisasjonens legitimitet henger således i stor grad sammen med at leseren kan stole på det journalisten formidler. Det er ikke slik at verifisering av innhold og kilder har blitt så mye viktigere etter hvert som sosiale medier har blitt vanligere som nyhetskilder. Sosiale medier gjør det derimot mer komplisert og tidkrevende å autentisere sannhetsgehalten og å sikre at historien formidles på

mest mulig nøyaktig måte. Kilder er i større grad ukjente og ubekreftede; hvem som helst kan fabrikkere påstander og dramatiske historier; det kan være vanskelig å identifisere hvilken rolle i en konflikt en ukjent kilde egentlig har; fotografier og videoer manipuleres og endres. Og selv om forestillingen om den objektive journalistikken kan fremstå som naiv, er journalisten og journalistikken fortsatt avhengig av et tillitsforhold basert på pålitelighet.

Thomas Hanitzsch (2007, s. 369) skriver at en journalistisk kultur manifesterer seg gjennom hvordan journalister tenker og hvordan de opptrer; kulturen kan defineres som et sett ideer (verdier, holdninger) og praksiser som journalisten, bevisst eller ubevisst, bruker for å legitimere sin rolle i samfunnet og for å gjøre sitt arbeid meningsfylt for seg selv og andre. I Hanitzsch' konseptualisering av den journalistiske kultur, varierer idealene og praksisene avhengig av hvilke idealtypiske og ideologiske posisjoner journalisten er nærmest. Snakker vi for eksempel om en maktkritisk og intervenserende journalistisk kultur; en markedstilpasset journalistikk der leseren adresseres som forbruker snarere enn borger; eller snakker vi om en selvforståelse der journalistikken oppfattes som et nyvasket vindu til en objektiv virkelighet? I en norsk kontekst sier Vær Varsom-plakaten mye om journalistikkens idealtypiske selvforståelse: Pressen skal bidra til informasjon, debatt og samfunnskritikk, og særlig sørge for at ulike syn kommer til uttrykk. Redaksjonen og den enkelte medarbeider skal verne om sin integritet og troverdighet, opptre fritt og uavhengig, og ikke la seg kjøpe eller presse. Kilden skal som hovedregel identifiseres, og journalistikken skal være kritisk i valg av kilder og sørge for at opplysninger som gis er korrekte. Det journalistiske fotografiets troverdighet skal vernes.

Verifisering, nøyaktighet, pålitelighet og aktsomhet som journalistiske verdier står minst like sterkt som før. Men det faktum at sosiale medier i løpet av svært få år har blitt betydelige nyhetskilder, stiller nye krav til hvordan verifiseringen best og mest effektivt kan gjennomføres. Når det gjelder verifiseringspraksiser tyr journalister derimot i overveiende grad til tradisjonelle arbeidsmåter.

Norsk Redaktørforening har samlet [interne etiske regler for redaksjonell bruk av sosiale medier](#) i norske mediehus. Det er påfallende hvordan de fleste av disse retningslinjene primært fokuserer på journalisters bruk av sosiale medier som publiserings- og dialogkanal med leserne, og i mindre grad gir retningslinjer for sosiale medier som nyhetskilde. Unntaket er NTB, som eksplisitt slår fast at alle redaksjonelle medarbeidere forventes å bruke innhold fra sosiale medier i sitt journalistiske arbeid. Innholdet og kildenes troverdighet må vurderes, gjerne ved å kontakte originalkilden, eller journalisten må «få opplysningen verifisert på annen måte».

PÅLITELIGE KILDER OG TRADISJONELLE VERIFISERINGSMETODER

Det er både riktig og bra at journalistikkens kildetilfang blir bredere og mindre elitistisk med sosiale medier. Men det kan være vanskelig å sjekke innholdet og kildenes troverdighet når informasjonsstrømmen er fragmentert og flyktig, og når kildene er fremmede, eller har en ukjent partiskhet og agenda i en konflikt. Det er kanskje ikke så farlig å dumme seg ut dersom BBC gjør det samme? I REVEAL-intervjuene er det påfallende hvor vanlig det er å skjele til hva andre store medieaktører gjør:

«Altså hvis det er fra en liten del av en opprørsgruppe, hvis Al-Shabaab for eksempel legger ut et bilde, så har jo BBC eller en av de store mediene allerede brukt det bildet. Og hvis de har brukt det, så ja jeg tar det jo som god fisk at det er gyldig. (...) hvis de har brukt det så bruker du det og, og så tenker du heller, da har jeg hvert fall noen med meg hvis det her skulle gå galt.»

Slike vikarierende former for verifisering har åpenbart sine begrensninger og kan også delvis forklare mekanismene som fører til at fabrikkerte og fordreide historier spres viralt. Bilder og historier som har oppsiktsvekkende nyhetsinteresse publiseres selv om journalisten og redaksjonen ikke har hatt mulighet til å vurdere innholdet og kildens troverdighet. Det er heller ikke slik at sosiale medier utelukkende brukes til å overvåke alternative og ikke-elitistiske kilder og innhold. Journalister følger andre mediehus nasjonalt og globalt, i tillegg til kjendiser, politikere, opinionsledere, politi- og redningsetater. Journalistenes tradisjonelle nyhetskilder er like viktige som før, men sosiale medier har skapt en ny og effektiv tilgang til disse kildene.

Kontinuiteten med tidligere tiders praksis er ikke overraskende og heller ikke negativ. Det tar tid å endre store og etablerte institusjoner og arbeidsmetoder. Journalister stoler dermed i stor grad på etablerte og velfungerende verifiseringspraksiser. De forsøker å finne originalkilden for å bekrefte historien, og ikke minst for å bygge den ut og skape en lengre nyhetshistorie ut fra en kort tweet, et bilde eller en Facebook-oppdatering. De bruker også sosiale medier i dette arbeidet for å kryss-sjekke profiler og identiteter. Og igjen, de ringer kildene de stoler på for å få bekreftet potensielle nyhetssaker:

«Det er jo helt vanlig journalistiske kriterier som gjelder der og, ikke sant, dukker det opp en tweet om at nå har det styrtet et fly i Bergen så kjører vi jo ikke ut den tweeten, da ringer vi til Hovedredningssentralen og til politiet, ikke sant. Sånn at det blir jo håndtert på samme måte som et tips. Og det er akkurat de samme journalistiske kriteriene må jo ligge til grunn for det man får gjennom sosiale medier som det man får på andre måter. Altså det må jo sjekkes ut.»

Men hva gjør journalisten når det ikke finnes noen opplagte pålitelige kontrollkilder å ringe til? Hva gjør hun når hun under stort tidspress ser at stadig flere re-twittrer den samme tilsynelatende autentiske øyenvitneskildringen fra Syria; et land der det nesten ikke lenger finnes utenlandske journalister? Hvordan kan en journalist være sikker på at halshuggingsvideoen IS legger ut på YouTube er det den gir seg ut for? Hvordan skal hun klare å bekrefte tid og sted for bildene av torturerte og avmagrede fanger, re-twitret et hundretalls ganger? Eller, for den saks skyld, enkelt og effektivt falsifisere tøvete, oppdiktete «nyheter» og rykter slik som halve toaletter i Sotsji, damen med tre pupper, eller Macaulay Culkins død. Det kan bli i overkant mange journalistiske forbehold og «ifølge ubekreftede kilder» både i tunge nyhetsreportasjer og i nettavisenes enerverende klikkfeller.

Verifisering krever evne og kompetanse til å vurdere hvor pålitelig og nøyaktig informasjonen er, og det å fastslå hva som er fakta og sannhet avhenger åpenbart av subjektive tolkninger og ideologiske verdier og holdninger. Men verifisering av innhold og kilder er ikke en relativistisk og dermed umulig øvelse. Verifisering handler også om at journalisten gjør prosessen med å verifisere innhold og kilde så transparent som mulig, og det finnes gode og håndfaste prinsipper å følge: Wardle (2014) redegjør for fire elementer journalister bør sjekke når de kommer over innhold via sosiale medier: Er innholdet og kilden autentisk? Hvem er den opprinnelige kilden? Når ble innholdet først laget? Hvor ble innholdet laget? Wardles punkter dekker verifiseringsutfordringene uten å vikle seg inn i problemer med subjektive tolkninger og ideologisk ståsted. Verdisyn og ideologisk plattform bør ikke ha noe å si for utfallet av denne typen verifiseringsprosesser. Verifisering av innhold og kilder i sosiale medier er ikke primært vanskelig som en konsekvens av naive og umulige journalistisk idealer om objektivitet. Utfordringen er i stor grad teknisk. Selv om tradisjonelle journalistiske arbeidsmetoder fortsatt vil være nødvendige, krever det en annen type kompetanse og verktøy å avsløre manipulerte fotografier og videoer; nøste opp den som opprinnelig delte innholdet; og å kontrollere at innholdet faktisk er fra det påståtte tidspunktet og stedet. Hvorvidt det er journalisten, andre dedikerte medarbeidere i redaksjonen, eller om verifiseringsoppgaven er outsourcet til tredjeparter er hipp som happ. Poenget er at noen må ha denne kompetansen og kjenne til de verktøyene som finnes.

Enkelte verktøy og verifiseringstjenester er allerede godt kjent og utbredt. Mange journalister kjenner Storyful; et nyhets- og verifiseringsselskap som tråler brukerskapt innhold og sosiale medier på jakt etter øyenvitneskildringer og breaking news. Storyful påstår å være verdensledende på å verifisere innhold og kilder fra sosiale medier: de kombinerer digitale teknikker og tradisjonelle, manuelle arbeidsmetoder for å finne kilde, dato og geo-lokasjon. Andre godt kjente verktøy er både gratis og bruke og fullstendige nødvendige: Både Googles Image Search og TinEye er viktige verktøy for å sjekke om et bilde er publisert tidligere, og for å identifisere eventuelle fotomontasjer. Kreative fotomontasjer var for eksempel utbredte i forbindelse med orkanen Sandy, og det var knapt grenser for hvor mange haier som svømte rundt i New Jerseys

gater etter orkanens herjinger. Muligheten til å sjekke hvorvidt bilder har blitt publisert tidligere skaper for øvrig også nye utfordringer for journalister. De kan ikke lenger publisere sladdete bilder av mistenkte dersom de ikke sitter på et bilde de er helt sikre på at aldri har vært publisert tidligere, og de kan heller ikke publisere et sladdet bilde dersom det er en risiko for at originalbildet kan komme til å bli publisert senere. Det er jo ingen sak for leseren å bruke sladdete bilder av mistenkte i søk etter lignende bilder i Google Image Search og dermed lett se gjennom sladden.

GAMLE VERDIER OG GAMLE METODER

Verifiseringsutfordringene er ikke nye, men handler om grunnleggende forhold som til dels legitimerer journalistikkens samfunnsrolle. Tradisjonelle journalistiske verifiseringsmetoder er nødvendige, men ikke tilstrekkelige dersom journalisten skal klare å leve opp til sine egne journalistiske verdier og holdninger, som for eksempel å rapportere om nyhetshendelser på en balansert, sannferdig og kritisk måte. Verifiseringspraksiser synes å henge etter den vedvarende og stadig like betydningsfulle posisjonen verifisering og aktsomhet har som journalistiske verdier. Sosiale medier som nyhetsskilder krever at journalisten klarer å håndtere en fragmentert og flyktig strøm av pålitelige og upålitelige kilder og innhold.

Medienes privilegerte tilgang og forhold til kildene er historie. Alle som har en smarttelefon har i dag i prinsippet tilgang til en kontinuerlig oppdatert nyhetsstrøm med øyenvitneskildringer av uroligheter i Ukraina, Irak, Egypt, og både tradisjonelle elitistiske og alternative kilder og innhold. Men å kuratere, autentisere, kryss-sjekke og å skape fullstendige nyhetshistorier på grunnlag av uregjerlige, til dels upålitelige og fragmenterte informasjonsbiter, kan godt til dels komme til å utgjøre journalistikkens eksistensgrunnlag i fremtiden:

«Med sosiale medier får du en ufiltrert og ukritisk nyhetsstrøm. Men det vi tilbyr som journalister er en redigert og kontrollert nyhetsstrøm. Det er noe helt annet. Utfordringen for oss er å sikre at vi klarer å opprettholde en god nok kvalitet i det vi rapporterer, ikke sant?»

LITTERATUR

- Hanitzsch, Thomas (2007). Deconstructing journalism culture: Toward a universal theory. *Communication Theory*, 17 (4), s. 367–385.
- Hermida, Alfred (2012). Tweets and truth: Journalism as a discipline of collaborative verification. *Journalism Practice*, 6 (5–6), s. 659–668.
- Wardle, Claire (2014). Verifying user-generated content. I Silverman, Craig (red.) *The verification handbook. Ultimate guideline on digital age sourcing for emergency coverage*. Maastricht: The European Journalism Centre.