

Tekst 1

Anne Kirstine Cramon: ”’Kemoland’ – en løgnehistorie”

Kronik, Politiken, 13. juli 2015

’Kemoland’ – en løgnehistorie



ANNE KIRSTINE CRAMON

Anne Kirstine Cramon er cand.mag. i dansk og kommunikation samt senior-konsulent i Geelmuyden Kiese

Det kan være vanskeligt at skelne mellem sandhed og løgn på de sociale medier. Historien om instagramprofilen ’Kemoland’ er langtfra enestående.

FLERE MEDIER har den seneste uges tid givet instagramprofilen ’Kemoland’ en del opmærksomhed. På profilen kunne man følge en ung, kræftsyg kvinde, Clara Maria, der fortalte om og beskrev sin kræftsygdom og et langt forløb med kemoterapi. Gennem seks måneder lavede Clara Maria personlige opdateringer, der nåede bredt ud, og som berørte mange. Flere kendte danske bloggere har omtalt profilen over for deres mange følgere og beskrevet, hvordan Clara Marias historie har været med til at sætte deres liv i perspektiv, og hvordan den unge kvindes rørende ord og billeder har sat deres præg. Sangeren Mads Langer har skrevet og dedi-

keret to sange til Clara Maria, og talrige medier har skrevet om profilen.

I mandags kom så den sidste opdatering på ’Kemoland’. Tre timer før hun døde, delte Clara Maria den sidste opdatering med sine mere end 18.000 følgere. Her skrev hun, at det nu var ved at være tid til, at hun ville forlade denne verden. Næste dag lavede hendes læge en meget følelsesladet opdatering på hendes profil om, at Clara Maria var stille sovet ind. Selvom der på det tids punkt havde været flere indikationer på, at profilen ikke var ægte, var opdateringen fra pigens læge en kraftig markør på, at der var noget, der ikke helt var, som det skulle være. Som udgangspunkt er det vist en helt del i strid med de lægeetiske retningslinjer, at en afdøds læge laver følelsesladede dødserklæringer på afdødes sociale mediesider. Det lugter lidt af, at der ikke var hold i historien.

I HISTORIEN om instagramprofilen støder man på nogle interessante fænomener. Først og fremmest ledes tankerne hen på fænomenet *catfishing*. Catfishing er, når nogen opretter en social medieprofil og skaber en falsk identitet.

Ofte anvendes der billeder af en fremmed person, som er mere attraktiv end den virkelige person bag profilen. Catfisheren sidder så bag skærmen og skaber en ønskeidentitet, som han eller hun bruger til at få kontakt til folk og skabe en relation – ofte af romantisk karakter.

I nogle tilfælde indleder almindelige mennesker deciderede forhold til mennesker, som de aldrig har mødt, og knytter stærke emotionelle bånd. Af og til er der tale om kærlighedsforhold, hvor de to involverede aldrig har mødt hinanden, men alligevel har været i dialog gennem flere år – telefonisk, på Facebook og via sms. Måske er de endda forlovede. Fænomenet er mere udbredt, end man umiddelbart skulle tro, og ofte er penge og økonomisk berigelse slet ikke en faktor i svindelnummeret. Catfishing handler om at skabe en mere attraktiv identitet,



Catfishing handler om at skabe en mere attraktiv identitet, og ofte bliver catfisheren selv stærkt følelsesmæssigt involveret i relationen



PÅ SYGELEJET. I seks måneder har Clara Maria berettet om sin kræftsygdom. Nu er hun død – og det viser sig, at hun aldrig har eksisteret.

Foto: Katinka Hustad

og ofte bliver catfisheren selv stærkt følelsesmæssigt involveret i relationen.

DEN AMERIKANSKE tv-vært Nev Schulman er 'mr. Catfish' og står bag en dokumentar af samme navn, der fortæller historien om, hvordan han selv blev catfished. På et tidspunkt indledte han et forhold til en ung kvinde, Megan, som han kun kendte fra hendes facebookprofil. Nev kom i kontakt med Megan, da Megans lille-søster, den otteårige Abby, angiveligt havde sendt ham nogle malerier som en fangave. Abby var tilsyneladende en helt fantastisk godt begavet otteårig, der var meget velbevandret i kunst og kultur, og som var en meget dygtig kunstmalet sin alder taget i betragtning. Abby og hendes familie levede i det hele taget et fantastisk og meget kultiveret liv. I dokumentaren bliver Nev facebookvenner med Abby og siden hendes ældre søster, den 19-årige Megan, og de

135 to pigers mor Angela, og han begynder at have kontakt til dem over Facebook.

Nev bliver mere og mere spundet ind i et netværk 140 af historier og får samtidig et meget tæt forhold til Megan. De knytter et stærkt emotionelt bånd baseret på telefonsamtaler og kontakt på Facebook. Nev får på et tidspunkt en fornemmelse af, at der er noget, der ikke stemmer. Han beslutter sig 145 for at undersøge sagen og opsøge familien. Sammen med to venner kører han fra sin bopæl i New York til Michigan for at møde Megan og hendes familie. Det viser sig, at moderen, Angela, har spillet tre roller og været i dialog med Nev via tre forskellige identiteter. De to døtre, Megan og Abby eksisterer, men deres identitet stemmer slet ikke overens med den, som Nev har kendt via Facebook.

165 Abby er en helt almindelig otteårig, der aldrig maler, og som på ingen måde er det vidunderbarn, hun er blevet gjort

170 til, og den 19-årige Megan er en trist skæbne, der på det tidspunkt er i afvæning for narkomani. Det er moderen Angela, der har 175 spillet alle rollerne over for Nev. Hele familien er et produkt af moderens fantasi, og det står klart for seeren af filmen, at moden har fået skabt et ønskescenarie om sin egen familie. Nev er blevet lokket ind i hendes univers – sandsynligvis så hun ville kunne 180 spejle sig i Nevs reaktioner på familien og få scenariet til at føles mere ægte.

Efterfølgende har MTV lavet et tv-program med 190 Nev Schulman som vært. Programmet hedder 'Catfish – the TV-show'. Her tager Nev sammen med medværten Max imod henvendelser fra folk, der er blevet catfished og har forælsket sig i onlinepersoner. De henvender sig til programmet, fordi de bliver i 195 tvivl om, hvorvidt de personer, de er forelskede, i rent faktisk også eksisterer.

200 Programmet undersøger, om personen i den anden ende findes, og ofte viser det sig, at der er et rigtigt menneske bag profilen – men at dette menneske har skabt en onlinepersonlighed, som er langt smukke, rigere, klogere, sjovere og dygtigere end personen selv. Og overraskende nok er økonomisk berigelse 205 sjældent incitamentet for at skabe en onlineprofil. Det handler i langt højere grad om, at personen bag profilen får dækket nogle følel-210 sesmæssige behov. Måske er det også tilfældet med personen bag 'Kemoland'?

“

Det kom frem, at den 23-årige kvinde havde løjet om at have overlevet kræft ved hjælp af naturmedicin og en sund livsstil

ET ANDET fænomen, der bliver mere og mere udbredt, er, at især kvinder lyver sig syge på nettet for at få medlidenhed, omsorg og opmærksomhed. Fænomenet har faktisk et navn – *Münchhausen by internet*. Det er en psykisk tilstand, som er opkaldt efter den psykiske lidelse Münchhausen-syndrom, hvor folk påfører sig selv skader og lyver sig syge for at få opmærksomhed – og den relaterede lidelse *Münchhausen by proxy*, hvor kvinder digter familiemedlemmer – oftest deres børn – syge og påfører dem skader for at skabe opmærksomhed og få omsorg fra f.eks. sundhedspersonale.

Et eksempel på *Münchhausen by internet* har vi fornørlig set i Australien, hvor en ung kvinde ved navn Belle Gibson offentligt fik pillet sin historie fra hinanden. Det kom frem, at den 23-årige kvinde havde løjet om at have overlevet kræft ved hjælp af naturmedicin og en sund livsstil.

Hun havde brugt den falske historie som afsæt for at positionere sig som helseguru, og hendes påståede kamp tilbage fra kræft og kemoterapi blev på Instagram fulgt af over 200.000

265 mennesker, der alle betragtede hendes historie som et mirakel.

Ud over at have løjet, havde hun dog også samlet

270 penge ind til kræftforskning, som hun havde stukket i sin egen lomme.

Det var hamrende usympatisk. Ja, det var faktisk 275 decideret svindel.

SAMTIDIG BLIVER man som medieforbruger også nysgerrig og måske lidt betaget af, hvorfor nogen

280 bruger så meget tid og energi på at skabe en historie og derefter bygger hele sit liv op omkring den. Det er en ekstremt tidskræ-

285 vende øvelse, hvor tungen skal holdes lige i munden. Man kan næsten ikke forstille sig noget, der er mere tidskrævende end at holde

290 styr på så mange løgne og navigere i dem. Belle Gibson havde dog hele tiden sit eget ansigt på sin profil, hvorimod vi aldrig fik

295 Clara Marias fra Kemoland at se. Og Kemoland udnyttede aldrig sine mange

følgere kommercielt. Hun indsamlede ikke noget, og

300 hun solgte ikke noget. Men hvad er drivkraften så?

Måske er det bare et følelsesmæssigt behov hos personen bag, der skal dæk-

305 kes.

SOM FØLGERE bliver vi vrede og føler os narrede, når vi opdager, at den historie, som vi har fulgt,

310 og som vi troede var ægte, er pivfalsk, og at det, vi lod os rive med af, var løgne. Og selvom det måske var

315 ægte følelser, der blev vækket i os, så er der noget for

dækt ved at lade sig rive med af noget, som er det pure opspind. Man skammer sig en lille smule bag-efter.

320 Sagen er den, at når vi forholder os til et medieprodukt, vil vi gerne kunne kategorisere det og sætte det i en kasse. Er det en ægte historie, vi får fortalt – eller er det fiktion? Vi har behov for denne viden, så vi kan fordøje det rigtigt.

325 Uklarhed om, hvad der er ægte, og hvad der ikke er, er en problematik, som også er relevant andre steder end inden for sociale medier, og den er behandlet særligt meget i litteraturens verden.

330 Som udgangspunkt har vi medieforbrugere behov for at kunne afkode, om et medieprodukt er fakta eller fiktion, før vi kan forholde os til det. Afhængigt af, hvilken en af disse 340 betegnelser, der er tale om, vil vi opfatte produktet på en bestemt måde. Vi vil opfatte det som en ægte historie eller som noget

345 to betegnelser, der er tale om, vil vi opfatte produktet på en bestemt måde. Vi vil opfatte det som en ægte historie eller som noget

350 opdigtet. En opdigtet historie kan stadig være gribende, men den ægte historie lægger i langt højere grad op til, at vi kan identificere os med den. Noget,

355 der er sket i virkeligheden,

vil også kunne ske for os,

og identifikationen bliver

360 stærkere.

I litteraturen kender vi dette bedrag fra begrebet om dobbeltkontraktten – som er den kontrakt, forfatteren indgår med sin læser. Der er et behov for, at forfatteren giver sit værk et tydeligt prædikat, så læseren ved, hvad det er for

en type værk, han eller hun
370 har at gøre med.

I LITTERÆRE værker skelner man mellem værkets fortæller og værkets forfatter.

375 Fortæller kan gennem værket godt være upålidelig, men vi skal som udgangspunkt kunne stole på, at forfatteren giver os de rigtige oplysninger og sørger for, at der er den rigtige genrebetegnelse på. Som læser er man altså nødt til at stole på, at hvis 380 der står roman på omsla-

**“
En opdigtet historie kan stadig være gri-
bende, men den ægte
historie lægger i langt
højere grad op til, at
vi kan identificere os
med den**

390 get, så er det en roman. Og omvendt, hvis genrebetegnelsen er, at det er en biografi. Forfatteren bryder et tillidsbånd til læseren, hvis 400 det, man som læser troede var et biografisk værk med virkelige hændelser, egentlig i virkeligheden var pure opspind.

405 Så hvis jeg, Anne Kirstine Cramon, eksempelvis udgav et værk med en hovedperson, der også hed Anne Kirstine Cramon, ville det være oplagt at tro, at det var et biografisk værk, der indeholdt ægte 410 og autentisk vidnesbyrd om mit liv. Hvis det efterfølgende viste sig, at det ikke var en biografisk fortælling, ville læseren føle sig 415 narret.

420 Et klassisk eksempel fra den litterære verden er Jørgen Leth med 'Det Uperfekte Menneske' fra 2005. Her beskriver han i en af scenerne, hvordan han tager kokkens mindre-årlige datter, når han vil. Præcis denne scene i værket skabte en ophevet debat 425 om sexism, koloniherre-stil og hele det æstetiske arrangement – for passede 430 det, hvad Leth beskrev i sin bog – eller var det blot opdigtet? Yahya Hassans digte er eksempler på det modsatte. De bærer en klar 435 genrebetegnelse – nemlig digte – men de læses af mange som Yahyas egen historie. Disse digte afføde 440 en reel samfundsdebat, som har været baseret på, at digitene i nogen grad 445 blev læst biografisk.

TILBAGE TIL Instagram og sociale medier. Her behøver du ikke at være 450 forfatter for at begynde at fortælle historier og blande genrerne sammen. Men som udgangspunkt forventer vi, at der er et ægte 455 menneske bag, og at den disclaimer, der findes på profilen – i Clara Marias tilfælde, at hun var en kræftsyg 21-årig kvinde – 460 har hold i sandheden.

Der findes ingen regler om, at man skal fortælle sandheden, men der hersker en uudtalt konsensus 465 om, at man skal være den, man giver sig ud for at være. Man må godt være medieret – men ikke for meget.

470 Når Clara Maria bag Kemoland viser sig at være en falsk person, bryder hun

de uskrevne regler, og vi er 475 nødt til at genoverveje og sætte spørgsmålstege ved hele mediet. Vi ser også nu, hvordan der eksempelvis skabes en mistro over for alle onlineidentiteter, 480 der fortæller om sygdomme. Det skaber altså bølger gennem hele social media-landskabet.

Særligt det faktum, at 485 projektet har været så gen-nemført, og at brugeren bag har brugt mere end et halvt år på dagligt at skabe historien, er på en 490 gang både skrämmende og fascinerende. Vi ved, at virkeligheden på sociale medier er vinklet og medi-eret – men vi forventer, at 495 der altid er en forbindelse til virkeligheden.

KEMOLAND narrede os alle i sådan grad, at histo-ri'en også blev en historie i 500 aviserne.

Flere medier har således først skrevet historien om den kræftramte og derefter taget den ned igen, da det 505 viste sig, at den var en and. Fyens Stiftstidende havde en historie under titlen 'Kræftramt pige revolu-tionerer instagram', hvor lin-510 ket nu er lige så dødt som Clara Marias instagram-profil og onlineidentitet.

I skrivende stund er der ingen, der ved, hvem der 515 står bag profilen. Vi kender ikke motivet eller nogen af de nærmere omstændig-heder. I social media-land bliver der i hvert fald større 520 og større konsensus om, at historien var, hvad den var. En riktig god løgnehistorie.

ANNE KIRSTINE CRAMON