

tjekdet

LEKTION 2: SOCIALE MEDIER I DEN OFFENTLIGE SAMTALE



LEKTION 1: SOCIALE MEDIER I DEN OFFENTLIGE SAMTALE

INTRODUKTION

Forløbets anden lektion går i dybden med, hvordan den offentlige samtale er under indflydelse af sociale mediers stigende betydning som kanal for formidling af nyhedsstof. Lektionen kredset blandt andet om, hvordan politikere og andre aktører via sociale medier er i stand til at undvige kritisk journalistik, og hvordan disse tilpasser deres budskaber til sociale medier, at sociale medier bidrager til at udvande skellet mellem nyhedsstof og opinionsstof, at sociale medier kan undergrave tilliden til etablerede nyhedsmedier, sociale medier som kanal for spredning af ukorrekt information samt chikane og hadtale på sociale medier. Eleverne skal bruge deres viden om sociale mediers indflydelse på den offentlige debat til at arbejde videre med, hvordan sociale medier påvirker individet som

meningsdannende aktør i et demokratisk samfund.

LÆRINGSMÅL

- Forståelse for sociale medier som en faktor for en mere demokratisk samtale.
- Kendskab til strategiske muligheder ved politisk kommunikation gennem sociale medier.
- Forståelse for forskellen mellem nyheds- og opinionsstof.
- Refleksion over konsekvenser for demokratiet ved sociale mediers integrering i den offentlige samtale.

KERNEBEGREBER

- Demokratisering af den offentlige samtale.
- Kritisk journalistik.
- Opmærksomhedsøkonomi.
- Nyheds- og opinionsstof (News og views).
- Mis-, des- og malinformtion.

FORBEREDELSE

01 Gennemse baggrundsmateriale.

Baggrundsmaterialet skal sikre, at læreren opnår forståelse for lektionens tema samt den tilstrækkelige viden for at gennemføre lektionens oplæg.

02 Gennemse gruppeøvelser.

Under 'Gruppeøvelser' finder læreren en beskrivelse af de gruppeøvelser, som eleverne skal udføre i løbet af lektionen suppleret med stof, som sammen med elevernes input skal danne rammen for opsamlingerne i plenum. Bilag 1-2 printes ud og uddeles til eleverne under udførelse af gruppeøvelse 2.

03 Gennemse slideshow.

Slideshowet fremvises for eleverne under gennemførelse af lektionen.

04 Gennemse lektionsbeskrivelse.

Lektionsbeskrivelsen kan læreren bruge til at få overblik over lektionens målsætning, indhold og eksekveringsproces.

GENNEMFØRELSE

01 Introducer eleverne for lektionens tema (Slide 1).

- Sociale medier i den offentlige samtale.

02 Introducer eleverne for lektionens læringsmål (Slide 2).

- Forståelse for sociale medier som en faktor for en øget demokratisk samtale.
- Kendskab til strategiske muligheder ved politisk kommunikation gennem sociale medier.
- Forståelse for forskellen mellem nyheds- opinionsstof.
- Refleksion over konsekvenser for demokratiet ved sociale mediers integrering i den offentlige samtale.

03 Hold oplæg om demokratisering af den offentlige samtale (Slide 3).

04 Eleverne udfører gruppeøvelse 1 (Slide 4).

- Inddel eleverne i grupper af to og to og lad dem udføre følgende opgaver:
 - Formuler tre argumenter, der taler for de sociale medier som gavnlige for den demokratiske samtale.
 - Skriv argumenterne ned.
- Saml op i plenum og skriv et udvalg af elevernes svar på tavlen/whiteboardet.

05 Hold oplæg om den demokratiske debat tilpasset den digitale opmærksomhedsøkonomi (Slide 5).

06 Hold oplæg om politik på sociale medier og undvigelsen af kritisk journalistik (Slide 6).

07 Eleverne udfører gruppeøvelse 2 (Slide 7).

- Inddel eleverne i grupper af to og to eller tre og tre og lad dem udføre følgende opgaver:
 - Tag udgangspunkt i bilag 3-4 og sammenlign hvordan et politisk budskab formidles henholdsvis gennem et redaktionelt medie, hvor en dansk politiker indgår, og gennem samme politikers profil på et socialt medie.

- Læs først bilag 3 og derefter bilag 4.
- Hvordan bliver sagen fremstillet i henholdsvis det redaktionelle og det sociale medie?
- Bliver der i det redaktionelle medie fremlagt en kritisk vinkel, som politikerne afviger i sit opslag?
- Hvordan kan politikere drage fordel af at kommunikere via sociale medier? Tag udgangspunkt i bilagene.
- Saml op i plenum.

08 Hold oplæg om udvanding af skel mellem nyheds- og opinionsstof (Slide 8).

09 Hold oplæg om mis-, des- og malinformation på sociale medier (Slide 9).

10 Hold oplæg om mistillid til pressen (Slide 10).

11 Eleverne udfører gruppeøvelse 3 (Slide 11)

- Inddel eleverne i grupper af to og to og lad dem udføre følgende opgaver:
 - Formuler tre argumenter, der taler for de sociale medier som gavnlige for den demokratiske samtale.
 - Skriv argumenterne ned.
- Saml op i plenum og skriv et udvalg af elevernes svar på tavlen/whiteboardet.
- Argumenterne sidestilles med modargumenterne, der blev formuleret i begyndelsen af lektionen.
- Der diskuteres i plenum, hvorvidt de sociale medier gavner eller skader den demokratiske samtale.

12 Opsummér lektionens læringsmål og lad eleverne komme med input (Slide 12).

- Forståelse for sociale medier som en faktor for øget demokratisk samtale.
- Kendskab til strategiske muligheder ved politisk kommunikation gennem sociale medier.
- Forståelse for forskellen mellem nyheds- og opinionsstof.
- Refleksion over konsekvenser for demokratiet ved sociale mediers integrering i den offentlige samtale.

9 Hold oplæg om mis-, des- og malinformation på sociale medier (Slide 9).

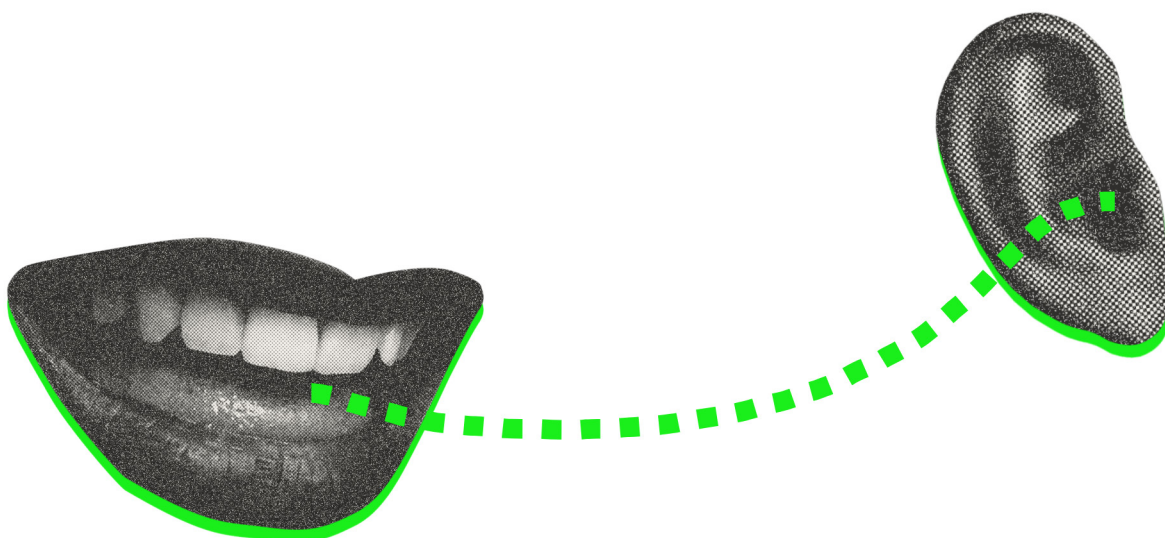
10 Hold oplæg om mistillid til pressen (Slide 10).

11 Eleverne udfører gruppeøvelse 3 (Slide 11).

- Inddel eleverne i grupper af to og to og lad dem udføre følgende opgaver:
 - Formuler tre argumenter, der taler for de sociale medier som skadelige for den demokratiske samtale.
 - Skriv argumenterne ned.
- Saml op i plenum og skriv et udvalg af elevernes argumenter på tavlen/whiteboardet.
- Argumenterne sidestilles med modargumenterne, der blev formuleret i begyndelsen af lektionen.
- Der diskuteres i plenum, hvorvidt de sociale medier gavner eller skader den demokratiske samtale.

12 Opsummer lektionens læringsmål og lad eleverne komme med input (Slide 12).

- Forståelse for sociale medier som en faktor for en øget demokratisk samtale.
- Kendskab til strategiske muligheder ved politisk kommunikation gennem sociale medier.
- Forståelse for forskellen mellem nyheds- opinionsstof.
- Refleksion over konsekvenser for demokratiet ved sociale mediers integrering i den offentlige samtale.



LEKTION 2: BAGGRUNDSMATERIALE

DEMOKRATISERING AF DEN OFFENTLIGE SAMTALE

Pressen har traditionelt haft monopol på den offentlige dagsorden ved at formidle nyheder til befolkningen. Kilder, foreninger og politiske bevægelser adgang til selv at producere nyheder og skabe debat via sociale medier uden for pressemiljøet ændrer dette.

De traditionelle medier som aviser, tv og radio er domineret af redaktionelle miljøer, hvor redaktører prioriterer mellem nyhederne og regulerer debatten. De sociale medier har nedbrudt dette greb. Enhver kan tage ordet og dele nyheder og fremføre synspunkter. De sociale medier supplerer altså pressens redaktionelle medier. De inviterer alle med i nyhedsproduktion, -spredning og til meningstilkendegivelse, så mange flere deltager i samfundsdebatten.

Man kan således argumentere for, at de sociale medier er gavnlige for demokratiet, da flere end den demokratiske elite gennem disse dage kan deltage i debatten om samfundet.

Brugen af sociale medier som nyhedskilde kan desuden føre til, at borgere bliver eksponeret for nyhedsindhold, de ellers ikke ville blive eksponeret for gennem

pressen, og dermed får mulighed for at få udvidet deres horisont.

I en undersøgelse fra 2020 med overskriften Influencere - De nye unge mediehuse af digital medieanalytiker Camilla Mehlsen svarer 55 procent af de 1.010 adspurgte gymnasieelever, at de er enige i, at "influencere kan give informationer, som de etablerede medier udelader".

De sociale medier ændrer forudsætningerne for deltagelse i den offentlige debat og gør denne mere flerstemmig og mangfoldig. Hvor adgangen til den offentlige sfære tidligere var forbeholdt redaktionelle medier, har de sociale medier i dag medført, at alle med en internetforbindelse både kan konsumere og bidrage med nyheder og ytringer om samfundsmæssige emner til et potentielt globalt publikum. Tilgængeligheden, som de sociale medier udbyder, bidrager til at nedbryde de traditionelle hierarkier, der tidligere har forbeholdt taletiden til politiske aktører, eksperter og pressen, og udvider den i stedet til at omfatte borgere, interessefællesskaber og marginaliserede grupper.

Udviklingen fra envejskommunikation til netværskommunikation har gjort

det nemmere at organisere, dele viden og mobilisere støtte på tværs af geografiske og sociale skel. Information og holdninger, der tidligere opholdt sig i periferien, har i dag mulighed for at nå ud til et bredere publikum og skabe resonans og indflydelse gennem delinger, kommentarer og videreformidling.

Sociale medier kan desuden styrke transparensen i den offentlige samtale. Borgere kan dokumentere hændelser, dele øjenvidneberetninger og stille magthavere til ansvar. Den deltagerdrevne informationsstrøm bidrager i denne forstand til en øget demokratisering af den offentlige samtale. Flere stemmer kan høres, debattere og tages alvorligt.

I lande med begrænset pressefrihed kan sociale medier dog fungere som et tveægget sværd, da de både kan give en

stemme til uafhængige talspersoner og forsyne befolkningen med information uden om den statsstyrede presses filter. Til gengæld har magthaverne ligesom alle andre adgang til de sociale platforme og kan benytte dem til at sprede propagandistiske narrativer og manipulere den offentlige samtale.

DEN DEMOKRATISKE DEBAT TILPASSET DEN DIGITALE OPMÆRKSOMHEDSØKONOMI

De sociale mediers digitale infrastruktur faciliterer en opmærksomhedsøkonomi. Forretningsmodellen bag de sociale platforme baserer sig primært på annoncering fra tredjeparter, hvorfor platformene er interesserede i at fastholde brugernes opmærksomhed længst muligt. Af samme årsag modtager brugere, hvis indhold når ud til et særligt stort publikum, betaling fra platformene.



Den opmærksomhedsøkonomiske model, som de sociale platforme udgør, påvirker i høj grad nyhedsformidling og facilitering af offentlig samtale. Indhold med viralt potentiale, der kan fange og fastholde øjet, vække følelser eller øge brugerengagement ved, at denne reagerer, kommenterer eller deler indholdet, bliver belønnet af algoritmen.

I informationsmiljøet på sociale medier trives overfladiske narrativer ofte bedre end dybdegående forklaringer. Nuanceret og veldokumenteret indhold får ikke nødvendigvis tildelt den samme opmærksomhed, hvis det ikke er tilpasset til at have viralt potentiale. Politiske budskaber komprimeres til korte og slagkraftige formuleringer for at dominere feedet og fremprovokere følelser frem for at fremføre argumenter i deres fulde kontekst. Inden for nyhedsformidling på sociale medier kan overskrifter og billeder ofte være vigtigere end den bagvedliggende historie. Komplexiteten reduceres for at fange og fastholde opmærksomhed og derved øge sandsynligheden for spredning. Kontekst og nuance er i risiko for at træde i baggrunden, når algoritmens præmiering af opmærksomhed erstatter samfundets behov for oplysning.

POLITIK PÅ SOCIALE MEDIER OG UNDVIGELSEN AF KRITISK JOURNALISTIK

De sociale medier er ikke kun

platforme for privatpersoner, bloggere, influencere og virksomheder, men også for politikere – og spindoktorer. På sociale medier har politikerne mulighed for at komme direkte i kontakt med befolkningen. De fleste landspolitikere har derfor offentlige profiler på de sociale medier.

Det er blevet nemmere for politikerne at komme til orde. Gennem de sociale medier kan de undgå kritiske spørgsmål fra journalister og komme i direkte dialog med deres vælgere.

Det accelererede skift mod konsumering af nyheder på sociale medier er med til at udviske de redaktionelle mediers indflydelse og i stedet bane vej for et nyt og mere fragmenteret medielandskab. Politikere kan forbiplasse den professionelle kritiske journalistik og i stedet sprede deres budskaber enten gennem venligtsindede og partiske influencere eller gennem deres egne profiler direkte til borgerne.

Et af de mest velkendte eksempler fra udlandet er den amerikanske præsident Donald Trumps medvirken i den mest lyttede podcast i USA, The Joe Rogan Experience, mindre end to uger før præsidentvalget i 2024. Episoden fik flere end 27 millioner visninger på YouTube det første døgn og anses for at være et strategisk træk for den daværende præsidentkandidat.

I podcasten kunne han undgå de traditionelle nyhedsmediers kritiske vinkel og samtidig henvende sig til en gruppe vælgere, der ofte føler sig distanceret fra de etablerede medier. Også velkendte danske politikere som Liberal Alliances Alex Vanopsloagh og Dansk Folkepartis Morten Messerschmidt optræder hyppigt i uafhængige podcasts og på deres egne profiler på de sociale platforme.

I det traditionelle medielandskab gennemgik politiske budskaber og virksomheders kommunikation oftest pressens filter. Pressen kunne altså tilføje en kritisk vinkel og konfrontere afsenderen med faktuelle oplysninger, der modarbejdede det politiske budskab. I vores tids offentlige rum er den klassiske journalistiske gatekeeper-rolle svækket, og modtageren af information møder ofte afsenderens version af virkeligheden ufiltreret. Uden at forholde sig til en redaktionel mellemmand kan en afsender af politisk kommunikation i dag med få klik selekttere i information og sende deres budskaber direkte ud til millioner af mennesker og tale i et kontrolleret sprog, uden afbrydelser eller faktatjek.

Dette kan være en strategisk fordel for afsenderen, der kan forme dagsordenen og undgå kritisk modspil. For modtageren kan dette dog påføre et øget ansvar for at afkode velpoleret spin.

UDVANDING AF SKEL MELLEM NYHEDS- OG OPINIONSSTOF

Pressens journalistik bygger på Immanuel Kants princip om 'den kritiske fornuft'. Det er pressens idé, og det præger det journalistiske indhold: Verden kan iagttages og tænkes, kilder er sandhedsvidner, og modtageren er oprigtigt interesseret i at læse den faktuelle sandhed om et emne og i at blive klogere. Information og opinion er to adskilte måder at gengive verden på, og de må ikke blandes sammen – ifølge pressens journalistik.

Den moderne presse skelner mellem nyhedsstof og opinionsstof - news og views. På de sociale medier er der tendens til, at skellet udvandes. Det betyder, at sandheder sammenblandes med synsvinkler. En sag kan ses på flere måder. I den konstante informationsstrøm, som præger de sociale platforme, flyder nyheder og holdninger sammen. Imens pressen opretholder et tydeligt skel mellem fakta og fortolkning, nedbrydes denne forskel blandt ytringer fra influencere, privatpersoner eller interessegrupper.

Samtidig prioriterer algoritmen indhold, der øger brugerengagement, hvilket betyder, at følelsesladede synspunkter ofte kan opnå samme eller større rækkevidde end nøgtern nyhedsformidling fra redaktionelle medier. Når alle får mulighed for at ytre sig om samfundsmæssige emner, er det op til modtageren at

skelne verificerede fakta (information) fra personlige holdninger (opinion). Pressens oprindelige opdeling mellem nyhedsstof og debat erstattes af en gråzone af sandheder og holdninger, hvor alle kan bidrage til den fælles samtale på lige vilkår. Fakta risikerer at drukne i et hav af meninger.

MIS-, DES- OG MALINFORMATION PÅ SOCIALE MEDIER

Mediernes traditionelle rolle som agenter for oplysning er under forandring. I medierne sættes dagsordenen for blandt andet klimakrise, sundhed og politik, men de redaktionelle miljøer er svækkede.

“Corporate media is dead” står der på den tidligere Fox News-vært Tucker Carlsons instagramprofil, der nu fungerer som platform for sit eget uafhængige medieindhold.

Ifølge tal fra Danskernes brug af nyhedsmedier 2025 er brugen af sociale medier som nyhedsmedie blandt danskerne steget fra 35 procent til 44 procent mellem 2014 og 2025. På diverse sociale platforme er danskerne mest opmærksom på følgende:

- På Facebook svarer 26 procent, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘almindelige mennesker’ mens 6 procent svarer, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘personer, influencere eller creators’.

- På X svarer 56 procent, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘almindelige mennesker’ mens 22 procent svarer, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘personer, influencere eller creators’.
- På Instagram svarer 35 procent, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘almindelige mennesker’ mens 27 procent svarer, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘personer, influencere eller creators’.
- På TikTok svarer 33 procent, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘almindelige mennesker’ mens 54 procent svarer, at de er mest opmærksomme på nyheder fra ‘personer, influencere eller creators’.

Samtidig mener 61 procent af danskerne, at influencere og personligheder på internettet udgør en alvorlig trussel, hvad angår falske og vildledende informationer.

Det øgede nyhedsbrug på sociale medier fremmer risikoen for mis- og desinformation. Misinformation dækker over falsk eller fordrejet indhold, der deles uden bevidsthed om, at indholdet er forkert. Desinformation dækker derimod over falsk og fordrejet indhold, der deles med intentionen om

Størstedelen af den information, der spredes via sociale medier, er ikke journalistisk kvalitetssikret eller faktatjekket, og der kan derfor være øget risiko for at støde på falske og fordrejede informationer på de sociale platforme.

Den netværksbaserede kommunikationsform på sociale medier muliggør, at vigtige oplysninger hurtigt kan spredes blandt befolkningen. Men samtidig åbner den også op for muligheden for spredning af mis- og desinformation. Fejlciterede udsagn, manipulerede billeder og konspirationsteorier kan på kort tid sprede sig til millioner af brugere uden at blive faktatjekket. Dette kan være en trussel for demokratiet, da den offentlige samtale kan risikere at basere sig på ukorrekte informationer.

En del af informationsforureningen på de sociale medier er også malinformation. Ordet er frit i de åbne sociale medier, gatekeeperen er fraværende, og sagen kan erstattes af personlige angreb. Malinformation eller '*hate speech*' er en informationstype, der rummer miskrediteringer af 3. person gennem mis- og desinformation. Malinformation optræder hyppigt i kommentatortråde til nyheder på nettet og i selvforstærkende interessegrupper på de sociale medier.

MISINFORMATION	Typisk vildledende eller unuanceret information eller deciderede usandheder, hvor afsenderen ikke er klar over, at indholdet ikke er sandt.
DESINFORMATION	Afsenderen spreder falsk eller vildledende information med vilje eksempelvis for at destabilisere en debat eller et samfund. Propaganda er et eksempel på desinformation.
MALINFORMATION	Afsenderen spreder information for at skade andre, for eksempel hadtale, trusler eller chikane. Informationen er ikke nødvendigvis usand.

Inden for journalistik findes en særskilt disciplin, der beskæftiger sig med at faktatjekke påstande for at hæve informationskvaliteten i den offentlige samtale. Nogle medier specialiserer sig endda udelukkende i denne disciplin. Faktatjekmedier fungerer som en slags demokratisk sikkerhedsventil ved at give befolkningen bedre grundlag for at skelne mellem sandt og falsk. I Danmark findes det webbaserede faktatjekmedie TjekDet, som har opnået international certificering som faktatjek-institution og er medlem af de internationale netværker af anerkendte faktatjek-institutioner IFCN og EFCSN.

MISTILLID TIL PRESSEN

Falske informations spredning på sociale medier kan potentielt udgøre en trussel for tilliden til pressen. Den autoritetstro, som samfundet traditionelt har haft over for nyhedsmediers indhold, er flere steder under nedbrud. Her opleves redaktionen ikke nødvendigvis længere som repræsentant for sandheden.

Tal fra Reuters Institute Digital News Report 2025 indikerer en sammenhæng mellem øget brug af sociale medier som nyhedskilde og faldende tillid til etablerede nyhedsmedier:

- I Danmark svarer 12 procent, at sociale medier er deres foretrukne nyhedskilde, hvor 56 procent svarer, at de har tillid til de etablerede nyhedsmedier.
- I USA derimod svarer 34 procent, at sociale medier er deres foretrukne nyhedskilde, hvor kun 30 procent svarer, at de har tillid til de etablerede nyhedsmedier.

Et væld af nyhedshistorier, der ikke har været gennem et redaktionelt filter, flourer på de sociale platforme. Her konkurrerer de om opmærksomhed på lige fod med nyhedshistorier, der publiceres af de etablerede medier. Når brugerne konstant eksponeres for alternative udlægninger af virkeligheden side om side med verificeret journalistik, udviskes grænsen mellem sandhed og

spekulation.

Samtidig kan borgere, der i forvejen føler en vis mistillid til etablerede medier, føle sig draget af de alternativer, som er at finde på de sociale medier. Flere alternative nyhedskilder på sociale medier abonnerer på et narrativ om de etablerede medier som tendentiøse og underlagt en skjult agenda. Dette kan danne grobund for en modfortælling, der portrætterer de etablerede redaktionelle medier som elitens talerør eller propagandamaskiner frem for den konventionelle fortælling om den fjerde statsmagt.

Den digitale algoritmestyrede infrastruktur på sociale platforme har tendens til at prioritere indhold, der enten vækker følelser eller bekræfter allerede eksisterende overbevisninger. Derfor kan narrativer, der miskrediterer den etablerede presse, hurtigt opnå bred udbredelse og blandt bestemte digitale fællesskaber blive cementeret som legitime sandheder. Når den generelle tillid til den institutionelle journalistiks autoritet undermineres, forringes dens mulighed også for at fungere som en central søjle i det demokratiske samfund.

LEKTION 2: GRUPPEØVELSER

GRUPPEØVELSE 1

01 Inddel eleverne i grupper af to og to og lad dem udføre følgende opgaver:

- Formuler tre argumenter, der taler for de sociale medier som gavnlige for den demokratiske samtale.

SVAREKSEMPEL

Argument 1: De sociale medier er gavnlige for den demokratiske samtale, fordi de udvider forudsætningerne for deltagelse. Flere mennesker uden for elitære kredse får taletid.

Argument 2: De sociale medier er gavnlige for den demokratiske samtale, fordi de eksponerer befolkningen for information og holdninger, som pressen udelader.

Argument 3: De sociale medier er gavnlige for den demokratiske samtale, fordi netværksskommunikation gør informationsdeling lettere.

- Skriv argumenterne ned.

02 Saml op i plenum og skriv et udvalg af elevernes svar på tavlen/whiteboardet.

GRUPPEØVELSE 2

01 Inddel eleverne i grupper af to og to eller tre og tre og lad dem udføre følgende opgaver:

- Tag udgangspunkt i bilag 3-4 og sammenlign hvordan et politisk budskab formidles henholdsvis gennem et redaktionelt medie, hvor en dansk politiker indgår, og gennem samme politikers profil på et socialt medie.
- Læs først bilag 3 og derefter bilag 4.
- Hvordan bliver sagen fremstillet i henholdsvis det redaktionelle og det sociale medie?

SVAREKSEMPLER

- *I artiklen fra Berlingske bliver der blandt andet fremlagt kritik angående det etiske dilemma, der knytter sig til at eksportere danske fanger til et land, der ikke har underskrevet de internationale menneskerettighedskonventioner. Artiklen nævner, at FN's torturkomité direkte har opfordret Danmark til at droppe projektet af den årsag, at der frygtes for fangernes levevilkår. Det nævnes også, at Fængselsforbundets formand kritiserer Danmark for at eksportere sine problemer og overlade ansvaret for sine fanger til et andet land. Artiklen sætter spørgsmålstegn ved, om Danmark kan garantere de indsattes sikkerhed og beskytte dem mod overgreb, og indikerer, at Danmark med fængselsprojektet i Kosovo går til kanten, hvad angår Danmarks internationale forpligtelser.*
 - *Samtidig benytter artiklen sig af retoriske virkemidler, der udover at beskrive scenen i fængslet som hård, kold og rå, omringet af bastant pigtråd og skydetårne, også portrætterer et særligt billede af Kosovo som samfund. Politibetjenten, der leder eskorten med justitsministeren, bliver beskrevet som aggressiv, autoritær og med en militær logik. Scenen i Kosovos gader bliver beskrevet som forfalden, med døde dyr, forladte huse og smadrede biler i gadebilledet, og selv landet omtales som et, de fleste danskere ikke kender til. Denne retorik underbygger kritikken ved at tegne et billede af Kosovo som et autoritært og forsømt land, afskåret fra det internationale samfund.*
 - *I justitsministerens opslag på Instagram bliver den ovenstående kritik ikke inddraget. Her bliver projektet fremstillet som en realpolitisk beslutning om at lette presset hos de danske fængsler. Sagen reduceres til et løsningsorienteret og handlekraftigt træk, der skal løse et akut problem. Samfundsmæssige gevinster fremhæves, og etiske dilemmaer og udefrakommende kritik udelades. Justitsministeren nævner, at fængslet skal opbygges efter danske standarder og drives under dansk myndighed. Således legitimerer Hummelgaard projektet ved at understrege, at Danmark bevarer kontrollen og ansvaret for forholdene i fængslet.*
- Hvordan kan politikere drage fordel af at kommunikere via sociale medier? Tag udgangspunkt i bilagene.

SVAREKSEMPLER

- Ved at kommunikere via sociale medier kan politikere og andre aktører udfordret fremføre deres argumenter direkte til modtageren. Afsenderen kan selektere i information, udelade kritik og selv tilpasse den sproglige tone til deres budskab.
- Justitsministeren kan, ved at formidle sagen på et socialt medie, fremhæve kapacitetsproblemer i danske fængsler og de 300 fængselspladser i Kosovo som en effektiv løsning. Samtidig kan han udelade kritikken fra FN's torturkomité og Fængselsforbundet, detaljer omkring Kosovos manglende forpligtelser angående menneskerettigheder og andre etiske dilemmaer. Han kan med fordel tilpasse sproget til at signalere kompromisløshed over for kriminelle og appellere til modtagerens tryghedsfølelse med det slagkraftige: "Udviste kriminelle udlændinge har ingen fremtid i Danmark."

02 Saml op i plenum.**GRUPPEØVELSE 3**

01 Inddel eleverne i grupper af to og to og lad dem udføre følgende opgaver:

- Formuler tre argumenter, der taler for de sociale medier som skadelige for den demokratiske samtale.

SVAREKSEMPLER

- Argument 1: De sociale medier er skadelige for den demokratiske samtale, fordi de øger muligheden for, at befolkningen fejlinformeres.
- Argument 2: De sociale medier er skadelige for den demokratiske samtale, fordi de favoriserer opmærksomhedstiltrækkende indhold over sandfærdigt og nuanceret indhold.
- Argument 3: De sociale medier er skadelige for den demokratiske samtale, fordi de undergraver den fælles virkelighedsopfattelse, som den demokratiske samtale baserer sig på.

- Skriv argumenterne ned.

02 Saml op i plenum og skriv et udvalg af elevernes svar på tavlen/whiteboardet.

03 Argumenterne sidestilles med modargumenterne, der blev formuleret i begyndelsen af lektionen.

04 Der diskuteres i plenum, hvorvidt de sociale medier gavner eller skader den demokratiske samtale.

SVAREKSEMPLER

- *Der kan argumenteres for sociale medier som gavnlige for den demokratiske samtale, da de udvider forudsætningerne for at deltage i den offentlige debat. Flere mennesker får en stemme, og den offentlige samtale bliver mere inkluderende og mangfoldig. Med sociale medier behøver man ikke at tilhøre en bestemt kreds eller klasse for at formidle et budskab til et bredt publikum. Sociale medier kan også bidrage til at gøre den offentlige samtale mere perspektivrig. Sager og synspunkter, der normalt ikke får medieopmærksomhed, kan nå ud til offentligheden, hvilket kan skabe en mere nuanceret demokratisk debat. Holdningsudveksling bliver nemmere gennem sociale mediers netværksbaserede kommunikationsform. Endelig bidrager sociale medier til at gøre det nemmere at organisere sig, danne fællesskaber og mobilisere støtte til forskellige initiativer. Det redaktionelle medielandskab har ikke længere monopol på at sætte dagsordenen over vigtige samfundsspørgsmål.*
- *Omvendt kan der også argumenteres for sociale medier som skadelige for den demokratiske samtale. Flere og flere mennesker holder sig opdateret via sociale medier, hvor indhold ikke kvalitetssikres og faktatjekkes. Risikoen for at blive fejlinformeret bringer det demokratiske oplysningsgrundlag i fare, fordi den kollektive opfattelse af virkeligheden udviskes. Hvis vi ikke længere kan blive enige om, hvad der er sandt og falsk, forsvinder det fælles samtalegrundlag, og vi kan ikke længere føre en demokratisk dialog. Derudover lukrerer tech-giganterne bag de sociale medier på en opmærksomhedsøkonomi, som nedprioriterer komplekse og nuancerede budskaber. Algoritmen favoriserer indhold, der tiltrækker opmærksomhed og fremmer brugerengagement, frem for indhold, der er informativt og faktisk korrekt. Det skævrider debatten, hvis højtråbende og følelsesladet indhold tildeles mere taletid end indhold, der er sagligt, argumenterende og veldokumenteret.*



www.tjekdet.dk/feedet-faker

Forfatter: Erik Krarup Nilsson
med bidrag fra Fakta og Fake

Grafik og layout: Nathalie Damgaard Frisch