



Kilde: Tidl. statsminister Lars Løkke Rasmussens officielle Facebook-side.

samfundsproblemer, befolkningen står med. Hvis politikerne ikke opfattes som kvalificerede repræsentanter for folket, så kan det føre til mindre tillid eller ligefrem mistillid i befolkningen, hvilket er en realitet i disse år, som vi belyste i kapitel 6. Befolkningens mistillid eller direkte lede ved de folkevalgte politikere kan desuden ofte ses i kommentarfeltene på de sociale medier.

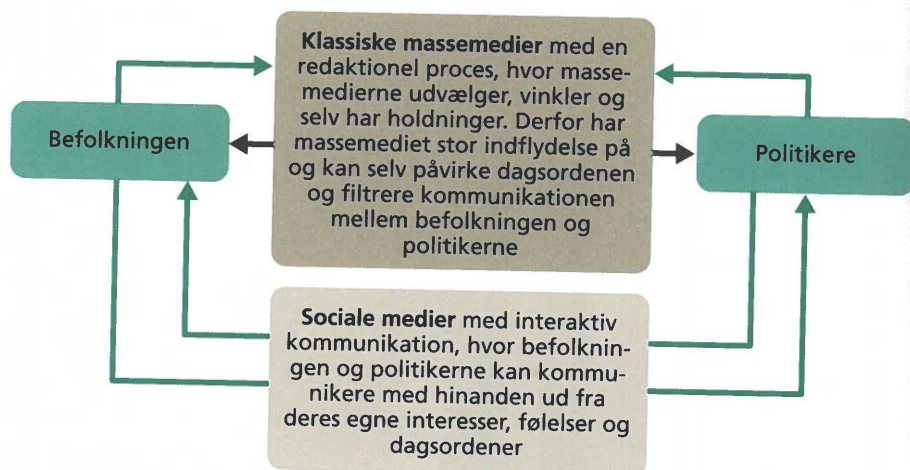
### 7.3 Politisk deltagelse og debat på sociale medier

Rigtig mange borgere vil gerne have indflydelse på den politiske dagsorden og være i kontakt med politikere. Det kan

man selvfølgelig gøre på forskellige måder i forskellige medier. Hvis man forsøger at sende et debatindlæg til lokalavisen, så vurderes det i den redaktionelle proces, hvor man risikerer ikke at komme i hverken den trykte avis eller webavisen. De sociale medier er derimod en mere direkte vej til politikerne, og politikere har også gode muligheder for at kommunikere politiske budskaber direkte til vælgerne uden om mediernes redaktioner – se figur 7.10.

Den mere direkte kommunikation i de sociale medier gør det til et oplagt sted for politiske debatter. Ud fra et deltagelsesdemokratisk ideal er der ligefrem et potentiale for, at borgerne kan engagere sig og få

**Figur 7.10** Kommunikation mellem befolkning og politikere på forskellige medier



Note: De klassiske massemedier agerer **gate-keepere** for, hvad der kommunikeres, og hvordan det kommunikeres på dagsordenen, hvilket pilene fra klassiske massemedier til henholdsvis befolkning og politikere illustrerer. Anderledes forholder det sig med de sociale medier. Her kan man sige, at kommunikationen "går uden om" de klassiske massemedier, hvilket giver plads for en mere "direkte" kommunikation mellem borgere og politikere.

indflydelse på den politiske proces på sociale medier. Men netop i forbindelse med kommunikationen på de sociale medier har vi danskere væsentlige udfordringer.

Institut for Menneskerettigheder har således undersøgt 3.000 kommentarer på DR Nyhedernes og TV2 Nyhedernes Facebook-sider og er kommet frem til, at der er et betydeligt problem med **hadefulde ytringer**. Undersøgelsen viser, at hver syvende kommentar indeholdt hadefulde ytringer, som er nedsættende, krænkende, chikanerende eller truende over for et individ eller en gruppe baseret på individets eller gruppens køn, etnicitet, religion, handicap, seksuelle orientering, alder, politiske observans eller sociale status. De hadefulde ytringer i kommentarfelterne forekom hyppigst i nyhedsopslag med emnerne religion og tro, flygtninge, lige-

stilling, politik og integration – se tabel 7.1. Zoomer vi ind på de cirka 15 % hadefulde ytringer, så er de hadefulde kommentarer oftest rettet mod politikere og folk med andre politiske ståsteder (31 %), grupper med anden etnicitet (22 %), anden religion (21 %) og andet køn (15 %).

Desuden viser det sig, at mænd står for 76 % af de hadefulde ytringer, mens kvinder står for 23 %. Hvis undersøgelsen er repræsentativ for debatten på sociale medier, så betyder det, at tonen er temmelig grov og til tider direkte præget af ulovlige ytringer som for eksempel trusler. Tendensen kan have væsentlig indflydelse på borgernes deltagelse i politiske debatter på sociale medier, hvilket også viser sig i statistikkerne, hvor 58 % af kvinderne og 37 % af mændene udtaler, at de afholder sig fra

**Tabel 7.1** Emner med den højeste andel af hadefulde kommentarer på DR Nyheder og TV2 Nyhedernes Facebook-sider

Religion og tro	Flygtninge	Ligestilling	Politik	Integration
40 %	34 %	29 %	24 %	24 %

Kilde: Hadefulde ytringer i den offentlige online debat. Undersøgelse af Institut for Menneskerettigheder. 2017.

at deltage i debatter på de sociale medier, fordi tonen er for hård – se figur 7.11.

Den tyske professor og filosof Jürgen Habermas har fremhævet, at demokratiet helt grundlæggende bør bygge på en interesse i at forstå hinanden. Han mener, at tillidsfuld kommunikation er nødvendig, hvis vi skal have et levedygtigt demokrati. Vi kan kalde det **den demokratiske dialog**, hvor samtalen bør tilstræbe:

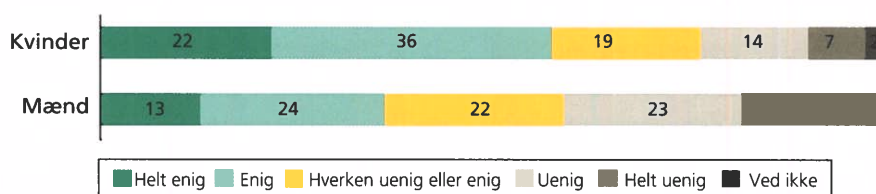
- *Forståelse* – vi skal deltage i samtalen for at forstå hinanden og ikke for at vinde diskussionen.
- *Sandhed* – vi skal tale om begivenheder og emner, vi er enige om findes.
- *Rigtighed* – vi skal åbent fremlægge vores normer og værdier.
- *Oprigtighed* – vi skal mene det, vi siger. Hvis vi gør dette, mener Habermas, at samtalen vil føre til enighed. I lyset af undersøgelsen fra Institut for Menneskerettigheder kan det være vanskeligt at se,

hvordan sociale medier fremmer den demokratiske dialog. Den grove tone i debatterne på sociale medier rammer således bestemte grupper, såsom politikere, og desuden er det tilsyneladende cirka halvdelen af den danske befolkning, der ikke deltager i samfundsdebatten på sociale medier, fordi tonen i debatten er for grov.

### **Bobler, shitstorme og ekkokamre**

I samfundsfag kender vi til økonomiske bobler, såsom boligboblen og den efterfølgende finanskriser, se også kapitel 8. De seneste 10-15 år er der også opstået **digitale bobler**, hvor adfærd på sociale medier skaber oppustede sociale tendenser, der relativt hurtigt kan skifte og springe. Den danske professor Vincent F. Hendricks mener, at vi sandsynligvis altid har kopieret andres adfærd, men vi har aldrig før kunnet gøre det med samme hastighed og

**Figur 7.11** Hvor enig eller uenig er du i, at tonen i en debat på Facebook afholder dig fra at deltage i debatten?



Kilde: Hadefulde ytringer i den offentlige online debat. Undersøgelse af Institut for Menneskerettigheder. 2017. Undersøgelsen er foretaget af Megafon på baggrund af 511 respondenter, som deltager i Facebook-debatter.

## Tekstboks 7.1

### Jagten på klik truer demokratiet

(...) Og så skal vi uddanne os selv og vores børn i at navigere i den digitale verden (...) Vi skal forstå, hvad den nye medievirkelighed gør ved os. For den er virkelig ny! Vi kan i dag ikke afkode mekanismerne på internettet og i en totalt fragmenteret medieverden. *Skal det ind som et fag i skolen?* "Ja, eller rettere sagt, jeg mener, at det skal ind i de andre større fag. Det er vigtigt, at vi lærer at begå os i det nye virtuelle terræn og ikke falde i fælderne. En fælde er, at mængden af lettilgængelig information er overvældende, men det er vores evne til at indoptage og udvælge re-

levant og pålidelig information ikke. Postfaktualiteten er et resultat af en opmærksomheds-økonomi. Vi flyder over med information. Opmærksomhed er den knappe vare. Den, som får opmærksomheden, vinder. Som realitystjernen Trump. Dermed kommer politik til at handle om fortællinger, som taler til følelserne, for de høster mest opmærksomhed (...) På nettet mangler gatekeepere – den klassiske journalist, som nu enten er hængt af eller er nødt til at spille med på opmærksomhedens bål.

Uddrag af interview med filosof Mads Vestergaard, Djøfbladet nr. 7, april 2017.

så globalt som på de sociale medier. Dette skaber nogle helt nye tendenser i den måde, som vi kommunikerer på. Vi sidder bag skærmen i vores eget hjem og føler, at vi kan skrive, lige hvad vi vil, uden tanke for, hvad det mon egentlig har af konsekvenser, at vi kommunikerer på denne måde.

Hvis vi husker på sociologen Goffman, som vi omtalte i kapitel 2, så kan vi sige, at mennesker har en tendens til at tage det face på, som de egentlig benytter backstage, når de kommunikerer på de sociale medier. Meget af det, der bliver skrevet, specielt det ufiltrerede og hårde og ned-sættende sprog, ville meget sjældent blive benyttet, hvis mennesket stod "face to face" frontstage med den samme person.

Et særligt træk ved de sociale medier er, at den adfærd, som udvises på de sociale medier, ofte er meget styret af behovet for eksempelvis anerkendelse, op-

mærksomhed og selvprofilering, frem for egentlig politisk dialog, sandhed, oprigtighed osv. At målet i højere grad er selviscenesættelse og individualisme, kan svække tilliden mellem mennesker, hvilket kan skade den demokratiske samtale, som jo ifølge Habermas netop bygger på det modsatte, nemlig ønsket om for eksempel forståelse og oprigtighed. Et fænomen, som særligt næres på de sociale medier, er de såkaldte **shitstorme**, hvor brugere af sociale medier skaber digitale kampagner mod en butik, en politiker eller andre personer. For eksempel blev Zoologisk Have i København ramt af en voldsom shitstorm, da de aflivede giraffen Marius i 2014.

Problemet med shitstorme på sociale medier er, at de netop ikke dyrker den demokratiske samtale. I stedet bliver de sociale medier omformet til såkaldte **ekkokamre**, hvor brugerne både bekræfter og forstærker hinandens holdninger og livs-

syn. Brugere på for eksempel Facebook har nemlig en tendens til at samle sig i grupper eller ekkokamre med andre brugere, som de er politisk enige med. Denne adfærd betyder, at debatterne på sociale medier har en tendens til at virke imod de deltagelsesdemokratiske potentialer, som ligger i disse medier, nemlig at skabe bedre vej for en demokratisk og nuanceret samtale direkte mellem blandt andet politikere og borgere. Danskerne synes således at stå over for en stor demokratisk udfordring: Hvordan kan den demokratiske dialog skabes og blive bedre på de sociale medier?

#### 7.4 Er medierne nødvendige for demokratiet?

Man hører ofte, at medierne er den fjerde statsmagt. Men hvad ligger der egentlig i det, og hvad er mediernes rolle i samfundet? Den populære sætning om, at medierne udgør den fjerde statsmagt, henviser til, at medierne fungerer som borgernes **vagthund**, der vogter over magthaverne. Vagthund-funktionen handler om, at medierne kontrollerer samfundets elite – for eksempel politikere og virksomhedsledere – og afslører, hvis de misbruger deres magt, lyver eller handler for egen vindings skyld. Ud fra et konkurrencedemokratisk ideal er mediernes rolle som vagthund meget væsentlig, fordi medierne sikrer borgerne troværdige og uafhængige informationer, som de derefter kan bruge til at afgøre, hvilken politiker eller hvilket parti de vil stemme på.

De klassiske massemedier er stadig danskernes foretrukne nyhedsmedier,

men deres funktion som borgernes vagthund er i særlig grad udfordret i disse år, blandt andet i form af beskyldninger om, at de ikke leverer objektive sandheder til borgerne, eller at der er **fake news** i omløb, hvor eksempelvis bestemte politiske aktører eller hackere bevidst spreder usande historier for at påvirke et lands politik eller et demokratisk valg. Nogle kommentatorer går så langt som til at mene, at vi lever i et **postfaktuelt samfund**, hvor både medierne og politiske aktører skaber deres egne forskellige versioner af virkeligheden og sandheden, også selv om for eksempel eksperter, undersøgelser og forskning peger på noget andet. Facts eller fakta bliver mindre vigtige i det postfaktuelle samfund, hvor følelser, spin og fiktive fortællinger sætter den politiske dagsorden.

Følelser, spin og fortællinger er ikke nye fænomener i politik, men i kølvandet på den seneste præsidentvalgkamp i USA og Donald Trumps indsættelse i Det Hvide Hus er debatten om mediernes rolle blusset op. Trump er gået ud i åbenlys krig mod medierne og hævdede blandt andet kort efter sin indsættelse som præsident i januar 2017, at der havde været tre terrorangreb i Danmark, som de amerikanske medier ikke dækkede tilstrækkeligt. Det ene terrorangreb var korrekt, nemlig angrebet i februar 2015 på Krudtønden og Den Jødiske Synagoge i København. De to andre begivenheder var dog ikke terrorangreb, men et knivstikkeri i Modtagecenter Sandholm i 2015 og et skyderi på Christiania i 2016. Samtidig beskyldte Trump respekterede massemedier som New York Times og CNN for at skabe **falske nyheder**. Dermed beskyldte

**Tabel 7.2** Danskernes tiltro til nyhedsmedier i procent

	Aviser	Tv	Radio	Internet	Sociale medier
Tiltro	57	72	75	43	23
Manglende tiltro	35	23	18	43	59

Spørgeskemaundersøgelse blandt 1.000 adspurgte personer over 15 år. Bemærk at procenttallene ikke giver 100%, idet nogle svarede 'ved ikke'.

Kilde: Samfundsstatistik 2016.

Trump ikke bare massemedierne for ikke at leve op til nyhedskriterierne, men også for spille en uhæderlig rolle i samfundet. Trumps rådgivere har understøttet denne krig mod medierne ved at bruge ordet **alternative facts**, når de fremstiller virkeligheden på en anden måde end flertallet af medier og andre samfundsbærende institutioner som universiteter, politiet osv.

Den amerikanske professor Francis Fukuyama har peget på, at det postfaktuelle samfund skaber problemer for demokratiet, ikke blot i USA, men i hele den vestlige verden. Hans pointe er, at hvis politikere og andre politiske aktører skaber deres egen virkelighed og bekriger medierne, så kan det føre til voldsomt øget mistillid til både politikere og de samfundsbærende institutioner, som demokratiet bygger på, for eksempel domstolene, politiet og militæret. Denne mistillid er alvorlig, fordi den kan føre til splittelse og opløsningstendenser i vestlige demokratier, fordi borgerne ikke ved, hvad der er sandt, og hvad der er falsk. Danskerne har tilsyneladende mere tillid til nogle medier end til andre, men relativt stor tillid til nyhedsformidlingen via klassiske massemedier.

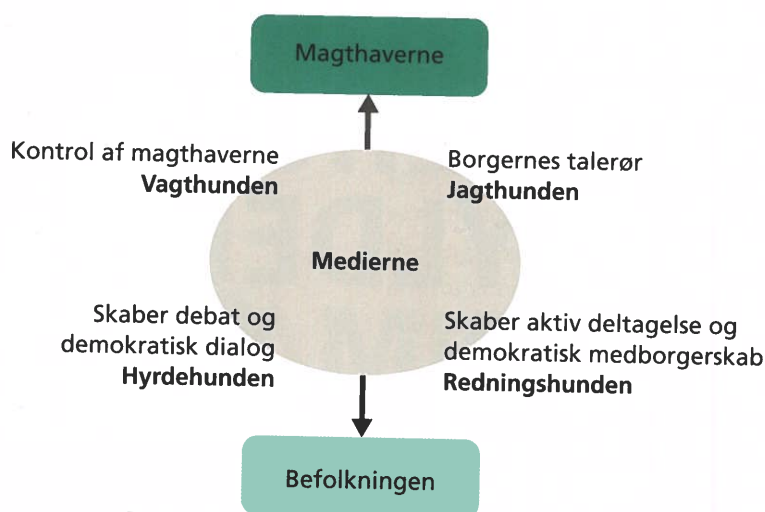
Ifølge professor i journalistik ved Syddansk Universitet Peter Bro har danskerne også andre forventninger til medierne, end at de er borgernes vagthund. De fleste

danskere mener også, at medierne aktivt skal forsøge at påvirke politikere til at tage bestemte beslutninger. Dette kalder Peter Bro for mediernes rolle som **jagthund**, fordi medierne fungerer som et kvalificeret talerør fra befolkningen til politikerne om at træffe beslutninger og skabe løsninger, der påvirker helt almindelige danskers liv.

Både vagthunden og jagthunden er derfor i høj grad rettet mod den politiske elite og væsentlige for, at demokratiet kan fungere ud fra det konkurrencedemokratiske ideal. Det betyder dog ikke, at danskerne kun har konkurrencedemokratiske idealer, for de har bestemt også deltagelsesdemokratiske forventninger til medierne om, at de både skal skabe debat og bidrage til aktivt medborgerskab. Her taler Peter Bro om medierne som **hyrdehunden**, hvilket betyder, at medierne forsøger at skabe debat mellem borgerne i samfundet. Et flertal af danskere mener også, at medierne bør gå endnu videre og mobilisere borgerne til at deltage aktivt i samfundet og foretage konkrete handlinger. Det kalder Peter Bro for **redningshunden**. Se figur 7.12.

Selv om medierne og den demokratiske dialog udfordres i dagens samfund, af fake news, alternative facts, shitstorme, de sociale mediers ekkokamre osv., så er det meget vanskeligt at se, hvordan et velfun-

**Figur 7.12** Mediernes roller i demokratiet



gerende demokrati kan fungere uden frie og uafhængige medier, der både kan kontrollere og udfordre magthaverne og skabe rum for debat og dialog mellem borgere, politikere, interesseorganisationer og medierne selv. Medierne spiller således fortsat en helt afgørende rolle i demokratier, ikke mindst i dens funktion som vagthunden, der kontrollerer, at de demokra-

tiske spilleregler overholdes, først og fremmest af magthaverne selv. Denne vigtige funktion ændrer dog ikke på, at der er store udfordringer i forbindelse med at etablere en fornuftig, demokratisk og nuanceret dialog på de sociale medier, som i stigende grad er det sted, hvor flere og flere mennesker henter deres informationer om samfundet.

### Nøglebegreber til kapitel 7

- Alternative facts
- Demokratiske dialog
- Digitale bobler
- Digitale medier
- Ekkokamre
- Fake news – falske nyheder
- Fem nyhedskriterier
- Framing
- Gate-keepere
- Hadefulde ytringer
- Handlingshorisont
- Hyrdehund
- Jagthund
- Kamp om den politiske dagsorden
- Klassiske massemedier
- Massemedier
- Medialisering
- Medieret kommunikation
- Meningshorisont
- Politisk kommunikation
- Politisk spin
- Politiske dagsorden
- Postfaktuelle samfund
- Priming
- Redningshund
- Shitstorme
- Sociale medier
- Spinnokrati
- Vagthund

Få styr på nøglebegreberne - tag teoriprøven på [luksamfundetop.dk](http://luksamfundetop.dk)