

# & #



## Ungdom, sociale medier og tech-giganter

Få gratis besøg i undervisningen og vær med i projekt for Digitaliseringsministeriet der undersøger, hvordan tech-giganter eksponerer skadeligt indhold og øger fastholdelse af målgruppen gennem design og algoritmer.

# Undervisningstilbud og dataprojekt

## KAMPEN MOD TECH-GIGANTER Gennem DATA-INDSIGTER

I Analyse & Tal har vi lige kortlagt angreb og had i den offentlige debat på Facebook – baseret på en analyse af **73 millioner opslag og kommentarer**. Der fandt vi bl.a. ud af, at det er 0,2% af brugere, der står for 30% af alle angreb, og at 73% af den kønsbaserede had er rettet mod kvinder. Se den fulde rapport på vores hjemmeside.

Nu skal vi i gang med endnu et virkelig spændende projekt. Denne gang for **Digitaliseringsministeriets Center for Sociale Medier, Tech og Demokrati**, hvor vi skal undersøge tech-giganter indflydelse på sociale medier med fokus på unge (15-20 årige).

### Helt konkret skal vi undersøge:

Hvad for noget skadeligt indhold eksponeres unge for på sociale medier – og hvordan skaber tech-giganter designs og funktionaliteter øget fastholdelse?

## DATA-DONATIONER

Meta, Google og TikTok selv er ikke så glade for at samarbejde og dele data, men vi har designet en metode, som betyder, at vi kan gøre det helt uden dem. Alle EU borgere har nemlig ret til at få udleveret deres egen data fra tech-giganterne, og det er den rettighed vi kommer til at gøre brug af. Vi kalder det *crowdsourced data*.

Vi indsamler data fra studerende på en bred vifte af uddannelsesinstitutioner og gennem vores eget netværk. På uddannelsesinstitutionerne tilbyder vi et indslag i undervisningen, som oplyser unge om, hvilke data de selv forærer hhv. Instagram, TikTok og Youtube.

De unge får altså mere viden om, hvilke data tech-giganterne egentlig har om dem, og hvad de selv har ret til at få udleveret.

For at undersøge, hvordan de data udnyttes til at påvirke unges adfærd og fastholde dem længere tid end de selv ønsker på sociale medier, er vi afhængige af, at nogle af de unge har lyst til at bidrage til projektet og donere sin anonyme data – den data, som Meta, Google og TikTok ikke selv vil dele. **Derfor kan de unge, som har lyst, vælge at donere sin data til projektet. (OBS indeholder ikke personoplysninger)**

## UNDERVISNINGSTILBUD

Når vi besøger jeres klasser, vil vi komme med følgende\*:

- Oplæg om Analyse & Tals arbejde: Vi tager de allermest spændende og vigtige tal om sociale medier og offentlig debat online. Hvad tænker de unge selv om dem?
- Introduktion til vores projekt: Hvorfor er det overhovedet vigtigt, og hvordan kan vi sammen tage kampen op mod tech-giganterne?
- Øvelse: Lær at downloade og forstå din egen data
- Invitation: Når rapporten er færdig, inviterer vi til mini-konference hos os i København NV, hvor vi præsenterer analysen – kun muliggjort af de indsigter vi har fået gennem data-donationer fra de unge.

*\*selve programmet kan afvige en smule i takt med at det tilrettelægges helt færdigt.*

## CROWDSOURCED DATA UDFOLDET

Helt konkret vil de data, vi får doneret, kun være links til de videoer, den enkelte bruger har set siden oprettelse af profilen, inkl. tidsstempler for hvornår de har været aktive.

Det gør os i stand til at se flere ting. Dels hvordan unge bevæger sig rundt på de sociale medier og spotte mønstre for, hvordan eventuelle ændringer i mediernes designs og funktionaliteter hænger sammen med yderligere fastholdelse på medierne. Dels hvilke typer skadeligt indhold unge eksponeres for, hvor hyppigt og om bestemte grupper eksponeres særligt for noget indhold.

### Anonym data

Som pointeret kommer vi ikke til at modtage personoplysninger. Man uploader nemlig sin data til en hjemmeside, vi har bygget og ikke direkte til os. Hjemmesiden fungerer som et filter, som automatisk sletter al øvrig information, så det eneste vi får er links og tidsstempler.

Inden data deles med os, skal en samtykkeerklæring underskrives. Her vil det også fremgå at al data slettes et år efter endt projekt i oktober 2025. Dette gøres direkte gennem hjemmesiden.

### Valg af sociale medier og hvorfor

Groft sagt skelner man mellem hhv. chat- og indholdsmedier, og vi undersøger indholdsmedier, specifikt Instagram, TikTok og Youtube, som er de tre mest brugte indholdsmedier blandt unge.

Det gør vi fordi indholdsmedier ifølge en ny undersøgelse fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen [Young Consumers and Social Media](#) viser sig at være den mest fastholdende type socialt medie, og fordi vi da undgår det etiske dilemma forbundet med at undersøge data, hvor den givne bruger har skrevet fortroligt med andre, der ikke har givet samtykke til deltagelse i projektet.

## PRAKTISK INFORMATION

- Hvornår? Forår 2025, gerne marts eller april hvis muligt.
- Hvor meget tid? En dobbelttime (1,5t)
- Forberedelse? Der er ingen forberedelse i det for jer som undervisere ud over samtalen med os, hvor vi forventningsafstemmer.
- Mini-konference: Efterår 2025, København NV, ca. 2t, inkl. snacks og drikke
- Gratis: Det er selvfølgelig et helt gratis undervisningstilbud. For os er det en kæmpe hjælp at få bidrag til projektet.
- Kontaktinformation: Sofie Strøbeck, Partner hos Analyse & Tal, [sofie@ogtal.dk](mailto:sofie@ogtal.dk)

## NÆSTE SKRIDT

Kort opkald/online møde (maks. 30 min) om praktiske forhold på dagen og eventuelt opklarende spørgsmål.

## TAK!

Vi håber, I synes det kunne være et fedt indslag i undervisningen!

Send en mail til Sofie, hvis I har lyst til at være med.

Mange hilsner,  
Cecilie, Edin og Sofie  
Partnere hos Analyse & Tal

# Om Analyse & Tal

## VI TÆLLER DÉT DER ER SVÆRT

I Analyse & Tal har vi længe interesseret os for, hvad man kan med digitale data. Gennem vores undersøgelser viser vi, hvordan digitale data kan bruges til at skabe fællesskab, læring og innovative løsninger. Men vores kortlægninger viser også, hvordan digitale data og medieplatforme bruges negativt til at påvirke holdninger og adfærd.

Vi har stor erfaring med at hente, rense og systematisere data – også fra tech-giganternes platforme, hvilket ofte er kompliceret. Med social medie data har vi bl.a. undersøgt russisk påvirkning af det norske Stortingsvalg; danskernes holdning til teknologi for Udenrigsministeriet, og tonen i den offentlige debat på Facebook i samarbejde med TrygFonden (2025). Foruden social medie data arbejder vi bl.a.

med lokationsdata, ligesom vi har kortlagt, hvordan apps bruges i undervisning deler elevernes data for Styrelsen for IT og Læring.

Endelig sætter vi en ære i at formidle vores viden på en let tilgængelig måde, så den almene dansker forstår. Vi prioriterer ofte at lave flotte visualiseringer og netværkskort, man kan gå opdagelse i, og benytter gerne interaktive hjemmesider til formidling.

Som et kooperativ analysebureau arbejder vi værdibaseret. Det betyder, at vi altid tager stilling til, hvad vores analyser bidrager med i samfundet samt hvordan vi indsamler data. Allerhelst ønsker vi at bidrage til at udvikle og forbedre vores demokrati.

