

Anmeldelse af

Den demokratiske samtale på sociale medier

Af Jakob Linaa Jensen og Jakob Bæk Kristensen

Anmeldt af **Kurt Strand**, selvstændig journalist og medlem af Forum for fremtidens folkestyre. Anmeldelsen udtrykker kun anmelderens egne holdninger.

”Der er noget iboende demokratisk over sociale medier. Tærsklen for at dele sine holdninger har aldrig været lavere. Alle, der kan anvende en computer eller en smartphone, kan få deres stemme hørt.”

Optimismen fejler ikke noget i de allerførste linjer i den 96 sider lange *Den demokratiske samtale på sociale medier*, udsendt af Aarhus Universitetsforlag og Magtudredningen 2.0 i slutningen af september. Ordene udtrykker meget godt den udbredt positive forventning, som især Facebook blev mødt med ved sin lancering i 2004. Hér skulle demokratiet blomstre og udvikle sig, og snart det skulle være slut med irriterende journalister og redaktører som gatekeepere i den offentlige debat.

Men ak, sådan gik det ikke, selv om både public service- og publicistiske mediers redigeringsmonopol for længst er blevet suppleret med uigennemskuelige algoritmer, som ofte fremmer det stik modsatte af den demokratiske samtale. Eller som forfatterne til *Den demokratiske samtale på sociale medier* – Jakob Linaa Jensen, lektor og ph.d. ved Aarhus Universitet og Jakob Bæk Kristensen, lektor og ph.d. ved Roskilde Universitet – udtrykker det allerede få sider inde i bogen:

”Internettet blev oprindelig blandt mange betragtet som lighedsskabende og demokratiserende, idet man forestillede sig, at det nedbrød gamle barrierer for politisk deltagelse. Imidlertid hævder kritikere, at brugen af digitale platforme risikerer at forstærke eksisterende sociale og kulturelle skævheder. Digitale platforme er med til at afgøre, hvem der får adgang til at deltage, bliver hørt og får lov at sætte dagsordener i det digitale offentlige rum, og hvem der bliver overladt til stilhedens randområder.”

Styringen af store dele af den offentlige samtale er dermed overladt til platformenes algoritmer, som techgiganternes magtfulde mænd – blandt andre den håndfuld, som fidelt omgav Donald Trump ved indsættelsen til hans nuværende præsidentperiode – kan skruje på uden at skulle stå til ansvar overfor andre end en konsekvensløs kongreshøring i ny og næ. Et illustrativt eksempel er Tesla- og Starlinkmilliardæren Elon Musk’ overtagelse af Twitter i 2022; nu skulle

ytringsfriheden være ubegrænset og med navneændringen til X året efter blev der skuet så meget på algoritmerne, at det, der havde været et nogenlunde sobert debatforum med ét blev forvandlet til en losseplads, hvor sprogligt stinkende affaldsbunker siden har fået lov at brede sig. I tillæg har Musk prælet med at have gjort sin platform til en megafon for højreekstremistiske politikere og deres ofte nationalistiske- og stærkt fremmedfjendske bevægelser.

Var vi bare hamrende naive?

Den demokratiske samtale på sociale medier er nummer 12 i rækken af omkring 45 korte og overskuelige bøger, som Magtudredningen 2.0 udgiver som en del af det forskningsleder Michael Bang Petersen har kaldt ”demokratiets tilstandsrapport”. Og netop når det handler om platforme som Facebook, X og Instagram er der mange gode grunde til at markere stribevis af graverende konstruktionsfejl. Råddenskab har nemlig bredt sig ikke bare i strøerne under gulvet, men også i skuffer, skabe og skunke.

Nøgleordet til forståelse af alt det, der foregår i algoritmernes ikketransparente gemmer, er *engagement*, som skal få os alle sammen til at bruge mest mulig tid på den konstante strøm af nuttede kattevideoer, iscenesatte feriebilleder og løgnagtige politikere. Hvorfor lige netop det ene og ikke det andet opslag dukker op i toppen af et feed, ved kun få, særdeles magtfulde mennesker.

Men uanset hvor begrænset vores viden er, kan vi være helt sikre på, at algoritmerne ikke er neutrale: De er, som det udtrykkes i *Den demokratiske samtale på sociale medier*, ”designet med henblik på at optimere brugernes engagement og opmærksomhed, hvilket samtidig understøtter platformenes forretningsmodel, som er baseret på dataudnyttelse og målrettet annoncering”.

Eller med andre ord: Jo mere vi scroller, klikker, liker, deler og kommenterer, jo mere betaler vi for at være på. *Intet i denne verden er gratis*, lyder et gammelt bonmot, og med den nylige cpr-skandale i baghovedet, kan det undre, at de fleste af os helt ukritisk har givet techgiganterne lov til at høste alle mulige data om os selv. Tilladelserne til datahøst er sandsynligvis en endnu større skandale, som vel kun lader sig forklare med, at vi var – og er – hamrende naive med et væld af små ja’er til almindeligvis omfattende og uigennemskuelige *terms and conditions*.

Hvis det så bare handlede om hver enkelt af os, kunne det hele muligvis være lige meget. Men platformsmagten har bredt sine fangarme ud over hele den demokratiske samtale:

”Algoritmiske processer er afgørende for, hvilke informationer borgerne ser, og hvordan offentlighed og deltagelse formes. Det gør sociale medieplatforme radikalt forskellige fra traditionelle massemedier, der er styret af publicistiske principper og journalistisk redigering”, hedder det i bogen.

Had, frygt og vrede driver samtalen

Platformenes mangel på neutralitet kommer især til udtryk i de belønningsmekanismer, som fremmer stærke følelser og polariserende indhold. Nuancer og fakta bliver til noget sekundært, især når for eksempel kommentarer til politikeres handlinger bliver drevet af alt det, algoritmerne fremmer; had, frygt og vrede.

Tonen bliver dermed skærpet, og selv om det blandt politikere er almindeligt at abonnere på klicheen *politik er en kampsport*, er der desværre også mange eksempler på, at uenigheder – som jo er fundamentale for et demokrati – bliver tilsat ganske skrappe sproglige krydderier. Og det er, skriver Jakob Linde Jensen og Jakob Bæk Kristensen, ”veldokumenteret, at kvindelige politikere udsættes for kønsbaseret chikane i langt højere grad end deres mandlige kolleger”.

Chikanen har konsekvenser, for lysten til at deltage aktivt i politik er faldende, blandt andet med henvisning til den hårde tone. Fra 2021 til 2025 faldt antallet af kandidater til kommunalvalgene fra omkring 10.000 til cirka 8.000. Blandt dem der ikke stillede op, var Frederikshavns tidligere S-borgmester, Birgit Stenbak Hansen, som godt et år inden valget besluttede at forlade politik efter at være blevet kaldt blandt andet ”luder”, ”feltmadras” og ”kælling”. I en pressemeddelelse skrev hun, at hun ikke ville ”savne ’troidene’ på sociale medier, mistænkeliggørelsen, motivspekulanterne, truslerne og de vedholdende argument-resistente kritikere med hvem tonen med årene bliver hårdere og hårdere.”

En løsning kunne selvfølgelig være at lukke platformsprofilerne; det var således hvad en anden S-borgmester, Bornholms Winnie Grosbøll, besluttede nogle år tidligere efter at være mødt med ord som ”smatso”, ”idiot” og ”underbegavet”. Grosbøll sagde farvel til Facebook og måtte dermed

undvære den direkte linje til sine vælgere. Hvordan det kunne lade sig gøre, bad jeg hende om at forklare i et interview på det bornholmske folkemøde:

”Jamen”, lød svaret, ”jeg har fået et par timer forærende hver dag”, og dem kan jeg bruge til at tale direkte med vælgerne på Torvet i Rønne i stedet for at sidde bag en computerskærm.”

Eksemplerne – og der er desværre mange flere – understreger et dilemma, som udtrykkes med følgende ord i *Den demokratiske samtale på sociale medier*:

”For det første det deltagelsesfremmende potentiale, hvor platforme sænker adgangsbarrierer og giver plads til nye stemmer, og for det andet det styringsmæssige problem, hvor algoritmiske logikker og platformsøkonomiens præmisser udfordrer idealet om en åben, inkluderende offentlighed.”

Politikerne er dygtige til at udnytte logikkerne

Langt de fleste politikere – uanset om de er valgt til Folketinget, regionsråd eller kommunalbestyrelser – er aktive med profiler på en eller flere platforme. Og selv om public service- og publicistiske medier fortsat dominerer i den politiske kommunikation, også i valgkampe, har techgiganternes platforme spillet en større og større rolle i de sidste par årtier.

Én af de første til dygtigt at bruge den direkte kanal til vælgerne var den nu tidligere Venstre-statsminister Anders Fogh Rasmussen, der blandt andet markedsførte sig selv som en formstærk politiker i 2007 med løbeture i Dyrehaven ved København. Foghs Facebookvenner blev inviteret med, og som for adskillige andre i magtens øverste cirkler er den slags alt andet end tilfældigt. For med et stigende antal vælgere på især Facebook ”fulgte også”, som det udtrykkes i bogen ”en øget professionalisering af toppolitikernes kommunikation på sociale medier, hvor spindoktorer og kommunikationskonsulenter fik en større rolle i udvælgelsen af indhold til politikerne og partiernes profiler”.

Blandt de skrappeste til at kombinere politisk kommunikation med algoritmernes logik nævnes partilederne Inger Støjberg fra Danmarksdemokraterne og Alex Vanopslagh fra Liberal Alliance. Begge forstår betydningen af forenkling og evnen til at vække følelser blandt vælgerne, sådan som det skete, da Støjberg i 2017 med forfatterens ord ”lagde et billede på

Facebook med en othellolagkage for at fejre en række nye stramninger af immigrations- og asyllovene”. Opslaget vakte opsigt også udenfor Danmarks grænser, blev kritiseret, men har ”potentielt skabt endnu større opbakning fra den vælgerskare, som hun appellerer til”.

Lidt i samme boldgade er Inger Støjbergs konsekvente brug af udtrykket ”barnebrudssagen” i det, der endte med en rigsretssag og efterfølgende dom på grund af bevidst tilsidesættelse af lov, orden og retssikkerhed i asylsager. At der tilmed indgik en ulovlig ministerinstruks om at tvangsadskille unge asylpar mod deres vilje og uden individuel sagsbehandling, har ikke anfægtet partiformanden og hendes fejlagtige sprogbrug om sin egen sag. I platforms- og algoritmelogikken er den slags kedsommelige kendsgerninger ikke andet end forstyrrende elementer.

Endnu dygtigere til at udnytte de uigennemsigtige logikker er Morten Messerschmidt. Som formand for Dansk Folkeparti har han i vid udstrækning kortsluttet de gængse kommunikationskanaler, der ikke kun omfatter techplatformene, men også danske medier som DR, TV 2 og de både landsdækkende og lokale publicistiske medier. Strategien er at lægge hovedvægten på de direkte kanaler til vælgerne, for som partiets kommunikationschef, Asger Juhl, udtrykte det i et interview med fagbladet Journalisten i marts i år:

”Det handler blandt andet om at fokusere mindre på pressen og mere på kanaler, hvor man taler direkte til danskerne uden om det filter, som pressen er.”

En vigtig ingrediens i den platformsorienterede strategi er partiformanden; sådan som det kom til udtryk, da han – i øvrigt med stor bevågenhed fra de medier, han helst går uden om – i marts i år solgte benzin til fem kroner under listepriisen på en tank i Faxe, lige midt i det Sydsjælland, som er en af Dansk Folkepartis stærke bastioner.

Eksemplet – og det pt. førende borgerlige partis strategi – er desværre ikke med i *Den demokratiske samtale på sociale medier*, hvilket kan undre; forfatterne satte punktum i juni. Ikke mindst fordi Facebook, Instagram, X, TikTok og flere andre i bogens optik er mere end kommunikationskanaler, men også strukturerende rammer for, ”hvordan kampagner tænkes, planlægges og udføres”.

Nuancer og argumenter fortøner sig i benzindampene

Et helt kapitel i *Den demokratiske samtale på sociale medier* retter søgelyset mod dem, politikerne med deres mere eller mindre gennemtænkte strategier gerne vil have fat i; borgerne. Forhåbningerne til først internettets, sidenhen de store platformes muligheder for at øge politisk engagement og deltagelse er – som tidligere nævnt i denne anmeldelse – for længst parkeret i udstillingsmontrerne på alverdens museer for teknologiers (u)formåen.

Det ændrer dog ikke ved, at den samlede onlinedeltagelse i danske valgkampe 2007-2022 er steget. Men, påpeger Jakob Linde Jensen og Jakob Bæk Kristensen, det er ”de mere uforpligtende deltagelsesformer”, der dominerer. Tal understreger, ”at sociale medier først og fremmest understøtter de lette og hurtige deltagelsesformer”.

Nuancer og grundige, faktabaserede argumenter har det – som i Messerschmidt-eksemplet ovenfor – med at fortøne sig i benzindampene, for når gennemslagskraft og popularitet reduceres til et spørgsmål om antal *likes*, bliver de fleste af os hverken mere eller mindre oplyste. Markeringer med den lille tommeltot er tilmed ganske uforpligtende og ikke nødvendigvis udtryk for en tilsvarende politisk opbakning:

For eksempel, skriver forfatterne, ”fik Nye Borgerlige i omegnen af samme antal likes som Socialdemokratiet i 2022, men ikke i nærheden af samme antal stemmer ved det faktiske valg. Det skyldes, at en større del af dem, som faktisk stemmer på Nye Borgerlige, er særdeles aktive på Facebook, hvorimod Socialdemokratiet mobiliserer på tværs af mange flere vælgersegmenter”.

Dertil kommer, at de to partiers potentielle vælgere jo ikke nødvendigvis ser de samme opslag, fordi algoritmesortering skaber nogle vidt forskellige feeds. Og ”spørgsmålet er”, noteres det i *Den demokratiske samtale på sociale medier*, ”om disse sorteringsmekanismer fører til en fragmentering af offentligheden, som er usund for den demokratiske samtale”.

Noget præcist svar på spørgsmålet er der ikke i bogen, der dog udtrykker ”en bekymring for, at offentligheden er blevet fragmenteret i en sådan grad, at det forstærker den politiske polarisering og nedbryder mulighederne for samtale på tværs af politiske skel”.

Så galt står det næppe til her i Danmark, men skulle nogen betvivle, at sådan kan det i værste fald sagtens gå, er den delte og polariserede offentlighed i USA et lærerigt skræmmeeksempel.

Er de ”sociale medier” egentlig sociale?

Allerede med titlen *Den demokratiske samtale på sociale medier* har Jakob Linaa Jensen og Jakob Bæk Kristensen taget det begreb, som betegner de store techplatforme, til sig. Ganske forståeligt, for det er jo, hvad de fleste af os kalder Facebook og de andre, primært amerikanske platforme.

Men selv om der vitterlig også er gode og opløftende beskrivelser af, hvordan for eksempel lokale Facebookgrupper spiller en vigtig rolle som en slags digitale medborgerhuse i civilsamfundet med plads til ”både hygge, sladder, praktisk koordinering, oplysning, konflikter og til tider politiske kampe”, er det lidt meningsløst at bruge begrebet om den store, fælles demokratiske samtale; den, som er bogens overordnede fokus. For *Den demokratiske samtale på sociale medier* viser jo netop, hvordan techgiganternes platforme ofte er alt andet end sociale, men direkte asociale. Medier er de heller ikke i traditionel forstand med vilje til at tage ansvar. Endelig signalerer det misvisende begreb, at de såkaldt gamle medier – aviser, radio og tv – *ikke* er ”sociale”. Men det er jo lige netop hvad de er – såvel historisk som i dag – med deres bidrag til vores sammenhængskraft, politikudvikling og demokrati.

Hvad årsagen er til den manglende diskussion af bogens centrale og gennemgående begreb – brugt i alt 227 gange – ved jeg ikke. Måske er det et bevidst fravalg, fordi der senere i serien fra Magtudredningen 2.0 kommer en hel bog, der kritisk, analytisk og eksempelbåret diskuterer et begreb, der er blevet så selvfølgeligt, at næppe ret mange overhovedet forholder sig til det?

Denne indvending – og håb om en opfølgning – ændrer dog ikke ved, at Jakob Linaa Jensen og Jakob Bæk Kristensen har skrevet en vigtig og letlæst bog, hvor de tydeligvis øser fra både aktuel forskning og et stort bagkatalog.

***Den demokratiske samtale på sociale medier* kan købes hos Aarhus Universitetsforlag eller [downloades gratis her](#).**