

Flertal i Djøfs TechDK Kommission:

Det er negativt for demokratiet, når politikere målretter indhold på sociale medier

Er det et demokratisk problem, når politikere kommunikerer til vælgerne via sociale medier? Bliver politik reduceret til selfies og følelsesudbrud frem for debatter med kritiske spørgsmål, som udfordrer og faktatjekker politikernes valgflæsk? Valgkampen til kommunal- og regionsvalget er på sit højeste, og demokratiet hyldes i disse uger. Men vi er også vidne til demokratiske skyggesider. For imens "food posts" og selfies går viralt, får stadig flere politikere greb om, hvordan algoritmernes favorisering af konfliktoptrappende indhold kan bruges til at få likes, opmærksomhed og vælgere.

Når algoritmer vinkler

Flere folketingspolitikere har erfaret, at Facebooks algoritmer favoriserer 'skarpvinklede og forsimplede' opslag. Det skyldes Facebooks omstridte algoritmeændring i 2018, der med henblik på at engagere flere brugere på platformen deler negative opslag mere end positive¹. Den ændring bringer danske politikere i et dilemma: skal man dele den gode fortælling og opnå få reaktioner eller den negative fortælling, som høster reaktioner, men skaber splid²? Astrid Haug fra Djøfs TechDK Kommission kalder algoritmeændringen 'en kæmpe udfordring'¹. Også Twitter har for nyligt erkendt, at deres algoritmer favoriserer indhold fra højreorienterede politikere². Med andre ord, er sociale medier ikke apolitiske opslagstavler.

Politisk målretning af indhold

De polariserende algoritmer udgør blot en delmængde af de demokratiske udfordringer med sociale medier. Senest svarer 89 % af TechDK's pannedeltagere, at det er negativt for demokratiet, når politikere målretter indhold til særlige brugersegmenter. For er det manipulation, når skræddersyet indhold rammer bestemte grupper for at veksle vælgere til stemmer på valgdagen? Dét og andre demokratiske effekter af politikeres, myndigheders og vælgeres brug af sociale medier, sætter Djøfs TechDK Kommission spot på i den seneste TechDK panelundersøgelse.

Hovedkonklusioner fra TechDK

Politisk målretning af indhold: en farlig vej at gå

- > Med de sociale medier kan politikere målrette indhold specifikt til særlige brugersegmenter. Politiske budskaber bliver på den måde nøje fordelt – mikromålrettet – til borgere med henblik på at veksle følgere, likes og views på de sociale medier til stemmer i sidste ende. Det er i større eller mindre grad negativt for demokratiet, vurderer størstedelen 19 ud af 20 (95 %) af TechDK.
- > Skal vi lade stå til, eller skal vi reagere på den udbredte anvendelse af politikeres målretning og brugersegmentering af indhold? Vi skal reagere, hvis det står til TechDK, hvor flertallet 15 ud af 20 (75 %) i overvejende grad tilslutter sig, at der brug for regulering af politisk målretning af indhold til særlige brugersegmenter.

Falsk information: faktatjek er svært

- > Information – falsk eller sand – kan på de sociale medier sprede sig som en steppebrand til mange brugere. Særligt under coronaepidemien meddelte sociale medier, herunder Twitter og Facebook, at de ville fjerne misinformerende indhold om coronavirus.
- > Men kan borgerne selv faktatjekke information på de sociale medier? TechDK stiller sig i overvejende grad lidt eller meget uenige 13 ud af 20 (65 %) i, at borgerne i tilstrækkelig grad har mulighed for at faktatjekke informationer på de sociale medier.

¹ Danske toppolitikere belønnes for »skarpvinklede og forsimplede« Facebook-opslag(berlingske.dk)

² Twitter admits bias in algorithm for rightwing politicians and news outlets | Twitter | The Guardian

Myndigheder på sociale medier: grænsen er dilemmafyldt

- > "God kommunikation er der, hvor borgerne er", sådan lyder mantraet ofte. Og det forklarer måske, hvorfor danske kommuner bruger sociale medier aktivt i hverdagen. Men at være med på SoMe-bølgen indebærer også nye dilemmaer, for hvor meget indhold kan eller bør kommunerne dele om deres politikere og borgmestre? Dilemmaet er reelt, og blandt TechDK er der delte holdninger til spørgsmålet om, hvorvidt kommunernes og regionernes sociale medier bør være politikerfrie. Det er omtrent en tredjedel 7 ud af 20 (35 %) enige i, imens en femtedel 5 ud af 20 (25 %) er uenige.



Det er potentiel gift for demokratiet. Vi har som vælgere brug for åbenhed og reelle valgmuligheder. Ikke skjult reklame og vælgermanipulation. Vi har ikke en kinamands chance for at finde ud af, hvad der er op og ned, falsk eller sandt.
Ask Hesby Krogh, næstformand Digitalt Ansvar

Det der har været skræmmende i de sidste par år er, at selv information fra traditionelt meget pålidelige kilder, såsom Danmarks Statisk eller diverse ministerier, bliver mødt med skepsis på sociale medier. Ja selv, Detektor kritiseres i ny og næ for at overse pointer eller vinkle fakta forkert. Mange borgere står måske med den følelse, at det ikke er givet, hvor de skal søge hen for at finde det endelige fundament for pålidelige fakta. Faktatjekning er altså i sig selv blevet en politisk kampplads.

Kristoffer Albris, adjunkt Københavns Universitet, bl.a. for Center for Social Data Science

Der findes meget gratis tilgængeligt public service-stof og også noget frit tilgængelig journalistik fra private medier, der går i dybden. Men det kan godt blive uoverskueligt at skulle faktatjekke, afhængigt af, hvor meget misinformation, man kommer ud for.

Stine Carsten Kendal, adm. direktør Information

Politikerne er til stede, der hvor vælgerne er. Selv hvis det er på datingsites som Tinder. Men det er gået for langt og kommunikationen er blevet for fragmenteret, så mange i dag kun bliver mødt af budskaber fra politikere, de sandsynligvis allerede er enige med. I sidste ende er det skadeligt for demokratiet.

Andreas Wester, medstifter og partner i konsulent- og investeringsfirmaet, Round

Bag om undersøgelsen

- > Panelet består af Djøfs TechDK Kommissions 26 medlemmer, som med forskellig erfaring og viden på tværs af samfundsemner udgør et panel af samfundseksperter, som er beskæftiget direkte eller indirekte med teknologi.
- > Data er indsamlet fra d. 1. nov. 2021 til d. 10. nov. 2021. Svarprocenten er 77 %, da 20 ud af 26 har svaret. Du kan læse mere om undersøgelsen i baggrundsnotatet, der fås ved henvendelse.
- > Kontakt vedr. TechDK bedes rettet til Astrid Gufler, politisk chefrådgiver, mail: agu@dioef.dk, tlf.: 28 75 47 84.