



Djøfs TechDK  
Kommission  
Analyse:  
**Onlinemobilisering**

## Fra det arabiske forår til stormen på Capitol Hill

– hvad skal der til, for at onlinefællesskaber  
styrker demokratiet, ikke svækker det

*Af Stine Carsten Kendal, Kristian Moltke Martiny og Stine Bosse, medlemmer af og formand for Djøfs TechDK Kommission og hhv. direktør på Information, medstifter og forskningsleder af Enactlab og formand i Europabevægelsen*

Vi skal have endnu mere fart på digitaliseringen, ifølge regeringens nye digitaliseringsstrategi<sup>1</sup>, der udkom i begyndelsen af maj 2022. Det kommer nok helt af sig selv, for nogle af verdens rigeste virksomheder skyder konstant flere penge i digitalisering af vores hverdag. Det sker bl.a. via sociale medier, onlinespil og nye former for virtual reality. Dermed skal vi også være mere opmærksomme på og kritiske overfor, hvad det betyder for vores samfund og demokratiske samtale. For historien viser, at medier kan medføre mobilisering af mennesker – også vendt mod demokratiet.

Et årti tilbage var der store forhåbninger til onlinefællesskabers demokratiserende potentiale. Det arabiske forårs billeder fra Tahrir-pladsen blev den ultimative ikoniske illustration af, at sociale medier ville give magten til folket og forankre demokratiet globalt. Sidenhen har erfaringer fra en række lande, bl.a. Danmark, USA<sup>2</sup>, Myanmar<sup>3</sup> og Etiopien<sup>4</sup> vist, at konsekvenserne af onlinemobilisering på sociale medier kan være både et demokratisk gode, men også et demokratisk onde. Og det er ikke nemt at sikre, at vi undgår bagsiden af medaljen.

Frihedsløftet ved de sociale medieplatforme som Facebook og Twitter var det totale opgør med de centrale hhv. statskontrollerede og private medievirksomheder og deres ejere, værter og redaktører, som i mere end hundrede år havde været gatekeepere for information, og – i dele af verden – med totalitære regimers evne til at holde informationer fra landets borgere. De sociale mediers algoritmer blev de nye gatekeepere, og her stillede ingen redaktører – eller despoter – sig på tværs. Som Harvard-professor Zeynep Tufekci skriver i bogen *Twitter and Tear-gas*, tjener sociale medier vigtige kommunikations- og forsamlingsfunktioner, da alle jo kan komme til orde – og mødes. Sociale medier blev hurtigt også de nye kaffesaloner og forsamlingshuse. Befolkningens magt til at dokumentere, kommunikere, mødes og koordinere gennem sociale medier kom under og op til det arabiske forår bag på de politiske magthavere. Et studie lavet blandt de aktivister, som deltog i demonstrationerne på Tahrir-pladsen i Egypten viser, at mere end en fjerdedel af deltagerne havde hørt om protesterne på Facebook, og et andet studie konkluderer, at sociale medier spillede en central rolle for de enestående begivenheder på pladsen<sup>5</sup>. Men der gik ikke lang tid, før de statslige magthavere også fik deres egen Facebook-side.

<sup>1</sup>fm.dk/nyheder/nyhedsarkiv/2022/maj/ny-digitaliseringsstrategi-saetter-retningen-for-danmarks-digitale-fremtid/

<sup>2</sup>nytimes.com/2021/01/06/us/politics/protesters-storm-capitol-hill-building.html

<sup>3</sup>theguardian.com/technology/2021/dec/06/rohingya-sue-facebook-myanmar-genocide-us-uk-legal-action-social-media-violence

<sup>4</sup>bbc.com/news/world-africa-50276603

<sup>5</sup>Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest, Tufekci, 2017

## Fra håb til vold – var sociale medier en demokratisk dødssejler?

Den Egyptiske Google-ingeniør, Wael Ghonim, var en af drivkræfterne bag mobiliseringen i Egypten, og i 2016 udtalte han: *'Jeg sagde engang: 'Hvis man vil befri et samfund, behøver man kun internettet'. Jeg tog fejl. Jeg sagde disse ord tilbage i 2011, da en Facebook-side, som jeg anonymt oprettede, var med til at udløse den egyptiske revolution. Det arabiske forår afslørede de sociale mediers største potentiale, men det afslørede også deres største mangler. Det samme værktøj, som forenede os til at vælte diktatorer, splittede os i sidste ende' (egen oversættelse).*

I følge Ghonim gjorde en række faktorer, at sociale medier blev en demokratisk dødssejler fremfor en redningsbåd i arbejdet med at mobilisere til demokrati:

1. Rygtedannelse: Rygter, som bekræfter folks fordomme, bliver på de sociale medier ukritisk troet på og hurtigt spredt blandt millioner af mennesker, hvilket fx bevægelsen QAnon er et nyere eksempel på.
2. Ekkokamre: Vi mennesker har en indgroet tendens til at kommunikere med mennesker, som vi er enige med – og på sociale medier kan vi slå alle andre fra, fjerne dem fra vores følgere og blokere dem.
3. Vrede folkemængder: Onlinediskussioner udvikler sig hurtigt til 'vrede folkemængder', måske fordi vi glemmer, at de mennesker, der sidder bag skærmene, faktisk er rigtige mennesker af den simple årsag, at vi mangler de subtile, fysiske og relationelle signaler i kommunikationen.
4. Hastighed: Sociale mediers viralitet og indbyggede krav om at udtrykke sig kortfattet skaber en hastighed, som betinger os til forhastede konklusioner og skarpe meninger på ned til 140 tegn om komplekse verdensforhold.
5. Manglende dybde: Sociale medier favoriserer 'posts' frem for 'engagement', 'indlæg' frem for 'diskussioner', 'overfladiske kommentarer' frem for 'dybe samtaler'.

Negativ mobilisering, fx til vold i grupper, har naturligvis altid eksisteret – også i den analog verden. Og det er heller ikke nyt i sig selv, at nye medier medfører nye former for manipulation. Før fjernsynet blev radioen fx effektivt brugt i Nazi-tyskland til at påvirke masserne til at tro, mene og handle på bestemte måder.

Men de faktorer, Ghonim nævner ovenfor, peger på det faktum, at der er nogle kvaliteter ved nye digitale skærm-medierede miljøer, som adskiller dem fra fysiske miljøer – og i nogen grad også fra tidligere tiders medier. Ghonim nævner bl.a. tempo, viralitet, nye muligheder for rygtedannelser osv. Andre forskere<sup>6</sup> taler om begrebet 'kontekst-kollaps'. Det forhold, at når fx opslag eller fotos bliver klippet ud af den oprindelige sammenhæng på internettet og genbrugt på sociale medier måske i redigeret form eller i en ny sammenhæng, så kan der både opstå forvirring, injurier og nye betydninger. Det kan også handle om manglende valide kilder, blanding af faktisk viden og holdninger eller nye teknologier som *deep fakes*.

<sup>6</sup>Se fx bogen 'You are here' af Whitney Phillips og Ryan M. Milner.

## Den negative konsekvens: Hæmningerne ryger online og offline

At vores adfærd endvidere ændrer sig, når vi er online, blev i starten af 00'erne foreslået af den amerikanske forsker, John Suler, og navngivet *The Online Disinhibition Effekt*<sup>7</sup>. Begrebet peger på det forhold, at nogle smider hæmningerne, når de er online og dermed tager andre beslutninger, end hvis de havde haft fysiske signaler og begrænsninger med i situationen.

Pointen er dels, at vi i visse tilfælde har en anden adfærd, når vi er online. Men pointen er også, at onlineadfærd kan spille over og påvirke vores adfærd i den fysiske verden, som beskrevet af Ghonim ovenfor. Og nogle gange leder onlinefællesskaber til radikaliserings. Et af de mere kendte eksempler på det fænomen er de såkaldte Incels, som er karakteriseret ved antifeminisme, støtte til vold mod kvinder, fjernelse af kvinders rettigheder, selvhad og racisme<sup>8</sup>. Men også anti-vaxx-bevægelsen er et eksempel på et internetfænomen, der kan mobilisere og få meget konkret betydning for menneskers ageren i den fysiske verden.

Vi interesserer os her for betydningen for den demokratiske samtale generelt: At onlinetilstedeværelse kan medføre aktivistiske handlinger, revolutioner eller måske påvirke udfaldet af afstemninger. Det behøver ikke i sig selv være skidt, men eksempler som stormen på Capitol Hill i USA skræmmer og giver anledning til refleksion. Der opstod et delvist orkestreret pøbelvælde online, hvor mange mennesker blev opildnet online med vold, retsforfølgelser og syv dødsfald til følge.<sup>9</sup>

## Den positive konsekvens: Det moderne, mangfoldige mødested

Det er samtidig også sådan, at sociale medier kan give plads til de mennesker, vi normalt ikke hører. Og nogle gange er de sociale medier den eneste stemme, de har. 'The Governance Lab' (NYU) har analyseret en lang række af større internationale Facebook-grupper og interviewet 50 gruppe-ansvarlige og 26 eksperter i onlinefællesskaber. I rapporten 'The Power of Virtual Communities' argumenterer de for, at styrken ved virtuelle fællesskaber netop er, at det kan give gennemslagskraft for en masse mennesker som normalt ikke høres i de etablerede politiske processer.<sup>10</sup> Der er også mange andre positive eksempler på onlinemobilisering og fællesskaber, fx indsamlinger eller støttekampagner på sociale medier eller på flygtningeaktivisme for Ukraine som et helt aktuelt eksempel.

Samtidig er sociale medier både et sted, hvor dele af den demokratiske samtale udspiller sig, og hvor mennesker kan møde ligesindede med samme interesser som dem selv – hvor de kan række ud til andre og modtage et virtuelt kram eller den opbakning, som der er brug for, når livet gør ondt. Eksempelvis har den ensomhed, der for mange er opstået i kølvandet på corona, medført en stigning i brugere af fællesskabsplatforme som fx Boblberg, der pt. har 447.000 danske brugere fordelt på 52 kommuner.<sup>11</sup> Gennem kommunalt samarbejde benyttes denne

<sup>7</sup>researchgate.net/publication/8451443\_The\_Online\_Disinhibition\_Effect

<sup>8</sup>sagepub.com/journals-permissions DOI: 10.1177/1097184X211017954 journals.sagepub.com/home/jmm

<sup>9</sup>nytimes.com/2022/01/05/us/politics/jan-6-capitol-deaths.html

<sup>10</sup>virtual-communities.thegovlab.org/files/DTR\_report\_en\_EN.pdf

<sup>11</sup>boblberg.dk

platform til at skabe lokale fællesskaber og venskaber, hvor brugerne kan finde nogle at gå ture sammen med, spise sammen med og opleve noget med.

Her i Danmark viser en ny analyse fra Analyse og Tal, at Facebook er Danmarks foretrukne digitale forsamlingshus eller medborgerhus, der huser mere end 5000 grupper drevet af frivillige. De handler om alt fra dating til diagnosefællesskaber<sup>12</sup>. Mange af de fællesskaber, som vi tidligere indgik i fysisk, er således flyttet online, og her kan 'aktive skraldere', individer med interesse for 'nordisk shamanisme' eller 'alle bøsser i Danmark' mødes virtuelt, debatterer virtuelt og mobilisere virtuelt. Twitter er også en vigtig komponent i den demokratiske samtale i Danmark. Ifølge DR's Medieforskning 2020 bruger mange flere danskere dog Facebook (65 %) fremfor fx Twitter (7%)<sup>13</sup>.

## Kend dit onlinefællesskab

Til forskel fra møder og debatter som foregår fysisk, er de virtuelle digitalt dataficerede og struktureret. En platform som fx Facebook er i besiddelse af kæmpe mængder brugerdata om danskere. I et lækket dokument fra april 2022 udtaler en ingeniør fra Facebook, at: *'We do not have an adequate level of control and explainability over how our systems use data,'*<sup>14</sup>. Derfor er det ikke underligt, at det kan være svært for alle andre at overskue, hvordan data flyder rundt i det samlede digitale økosystem og hvordan den demokratiske samtale påvirkes – også hos alle de aktører, som er 'bag' Facebook (såkaldte tredje og fjerdeparter).

Det er vigtigt at vide, hvem der ligger inde med data, og hvad de bliver brugt til – herunder, hvordan indhold, fx politisk, bliver målrettet til hvilke personer og igen forbundet med andre personer og hvorfor. Ellers kan vi ikke vide fx hvem der smed brænde på bålet på diverse sociale medier, herunder i lukkede grupper, i optakten til stormen af Capitol Hill i USA. Hvilken rolle data og algoritmer har spillet i forbindelse med Rasmus Paludans optøjer i Sverige i foråret 2022, hvor Paludan allerede måneder forinden appellerede til de yngste på sociale medier som fx YouTube bl.a. gennem såkaldte gaming-influencere.<sup>15</sup> Der er altså behov for transparens og forståelse for, hvordan data og algoritmer påvirker den offentlige debat – og hvem, der benytter sig af dem.

Den ikke-regulerede brug af brugerdata er et grundlæggende vilkår i den digitale økonomi på sociale medier, onlinegames osv., som er baseret på 'Free-to-use'. Vi skal forstå, at platforme og sociale medier som fx Facebook ikke bare er 'et digitalt forsamlingshus' eller 'et digitalt massemedie' eller 'et værktøj for ytringsfrihed'. De digitale platforme kan bruges til meget andet end de traditionelle massemedier og forsamlingshuse. Derfor skal vi blive klogere på, hvordan de påvirker mobilisering og demokratisk samtale, så vi også bliver bedre i stand til at stille krav.

På mange måder er vi stadig i den tidlige fase af onlinefællesskabernes udfoldelse. Vi famler fortsat, debatterer og tilpasser i takt med, at vi bliver klogere. Og vi har endnu kun begrænset ekspertise, fordi udviklingen fortsat er i gang. I Djøfs TechDK Kommission har vi heller ikke alle svarene, men en lyst til at drøfte både de positive og negative konsekvenser og finde veje til både at vide mere og gøre det bedre. Derfor spiller vi her ind med tre forslag, der forhåbentlig kan hjælpe tilpasningen på vej – i hvert fald i en dansk kontekst<sup>16</sup>.

<sup>14</sup>[vice.com/en/article/akvmke/facebook-doesnt-know-what-it-does-with-your-data-or-where-it-goes?s=09](https://www.vice.com/en/article/akvmke/facebook-doesnt-know-what-it-does-with-your-data-or-where-it-goes?s=09)

<sup>15</sup>[techandchildhood.com/news/shit-talk-memes-and-politisk-propaganda-til-brn](https://techandchildhood.com/news/shit-talk-memes-and-politisk-propaganda-til-brn)

<sup>16</sup>I EU foregår der allerede dataanalyse og medieovervågningstjenester, der på en række sprog identificerer, samler og afslører desinformationssager, der stammer fra pro-Kremlin-medier spredt over EU og de østlige partnerskabslande. Se [euvsdisinfo.eu/](https://euvsdisinfo.eu/)



## Anbefaling 1: Kortlæg onlinemobilisering – og hvordan den bliver et demokratisk gode

*Der mangler viden om onlinemobilisering, og fordi det er et komplekst område, er det svært at lave retningslinjer til at modvirke potentielt negative konsekvenser af alle typer og niveauer af onlinemobilisering, som ikke understøtter det demokratiske gode. Det vil først og fremmest kræve, at man i udgangspunktet har et sæt fælles definitioner af, hvornår det er tilfældet, og hvordan vi bedst beskytter befolkninger mod at blive intimideret af de magtfulde – med andre ord, det kræver en kortlægning.*

Vi anbefaler, at der bliver lavet en kortlægning af landskabet af onlinemobilisering i Danmark. Det skal beskrives med både de positive og negative konsekvenser og eksempler for at kunne klargøre, hvilke betingelser der skal være til stede for, at onlinemobilisering bliver til et demokratisk gode. Eksempler på dette kan være at ændre fokus på fake news/misinformation/disinformation fra ord til handling, således at det ikke alene handler om at 'mærke' eller 'korrigere' det ægte indhold, så det kan kendes fra det falske, men også at fokusere på og stille krav til de bots, trolls og cybermilitariaer, som bevidst forsøger at forvirre, vildlede eller manipulere befolkninger, og som fremstår organiske, men i virkeligheden er en del af en gruppe falske orkestrerede brugerkonti. Således at befolkningen kan vide, om noget er bevidst orkestreret eller organisk opstået.

Desuden er det afgørende at blive mere bevidst om, hvordan gruppedynamikkerne fungerer digitalt, og hvornår det går fra at styrke demokratiet til at svække det. Denne viden skal gå mere i dybden end platformens standardviden og regler, som fx Facebooks Fællesskabsregler, der er med til at sikre brugernes sikkerhed, værdighed og persondata.<sup>17</sup> Som rapporten 'The Power of Virtual Communities' påpeger, kan man opdele en lang række af spørgsmål indenfor de digitale gruppedynamikker for at forstå den effekt, digitale fællesskaber har på individet, gruppen og samfundet<sup>18</sup>:

### **Individuel effekt**

- > *Struktur*: Hvad er gruppens sammensætning, størrelse og interpersonelle styrke, og hvordan struktureres individerne i fællesskabet?
- > *Motivation*: Hvad motiverer personer til at deltage i onlinegrupper, og hvad får de ud af at deltage? Får de psykologisk tryghed, viden og information, relationer eller mulighed for forbrug?
- > *Risiko*: Hvad er de individuelle risici ved at deltage i onlinegrupper, som fx emotionel skade og udfordringer ved privatliv og digital tryghed?

<sup>17</sup>[transparency.fb.com/da-dk/policies/community-standards/](https://transparency.fb.com/da-dk/policies/community-standards/)

<sup>18</sup>[virtual-communities.thegovlab.org/files/DTR\\_report\\_en\\_EN.pdf](https://virtual-communities.thegovlab.org/files/DTR_report_en_EN.pdf)

### **Gruppe-effekt**

- > *Selektion:* Hvem deltager i gruppen, og hvem gør ikke? Hvordan ser udvælgelsesprocessen ud, og hvordan påvirker den gruppens resultater? Er det selv-selektion eller 'top-down'-selektion af administratorer eller moderatører af gruppen?
- > *Handling:* Hvad er gruppens formål, mål og emner, og hvilke handlinger udføres af personerne i gruppen for at leve op til disse? Handler det om at skabe identitet, gensidigt støtte eller problemløsning?
- > *Styring:* Hvordan benytter gruppen sig af regler, ledelse, og hvilken type styring fungerer bedst for forskellige funktioner, emner og mål? Er det selvorganiseret styring og ledelser eller 'top-down'?

### **Social effekt**

- > *Viden og handling:* Hvordan skaber gruppen viden og faciliterer handling? Er det gennem 'crowdsourced' information og ekspertise, idé-generering eller samling af idéer og information?
- > *Succes:* Hvad skaber gruppens succes og gennemslagskraft? Er det kvaliteten af de sociale interaktioner og relationer (sociale træk) eller websitets pålidelighed, brugervenlighed, informations- og servicekvalitet (tekniske faktorer)?
- > *Virtuelt liv:* Hvordan påvirker onlinegrupper personers offline-liv og vice versa? Hvordan kommunikerer personer i gruppen med hinanden online, hvordan optager gruppen i tid og opmærksomhed vores offline-liv, og hvordan skaber gruppen muligheder for kollektiv handling, der påvirker vores samfundsmæssige liv?

Svar på spørgsmål som disse og en forståelse af de digitale fællesskabers effekt er vigtig for at kunne modvirke de negative konsekvenser ved digitale fællesskaber og onlinemobilisering.

**Trade off:** Det kræver at lovgivere bliver bedre klædt på til at forstå emnet, og at tech-giganterne er villige til at blive væsentligt mere transparente og samarbejde – også selvom det koster på bundlinjen. Desuden kræver det, at de, som har ansvaret for kortlægningen, arbejder under et etisk kodeks – reelt er en kortlægning som denne bedst tænkt i en dansk kontekst, hvor vi har en tro på, at etiske retningslinjer vil blive fulgt. Kortlægning af onlinemobilisering i totalitære samfund vil givetvis ikke gavne demokratiet eller retssikkerheden.



## Anbefaling 2: Kræv gennemsigtighed ved høj mobiliseringsfaktor

*Jo flere, der deltager, des større gennemsigtighed har vi brug for. Vi skal synliggøre formål, finansiering, styringsmekanismer mv. og sikre tydelig mulighed for at anmelde kampagner.*

Hvordan kan vi som borgere kende forskel på politisk propaganda og græsrods- eller foreningsmobilisering online? Hvad har 'autentisk' folkelig og demokratisk forankring, og hvad er bestilt af aktører som manipulation/kommunikation? Klassiske forankringer af analog mobilisering som medlemstal, generalforsamling, kontingent, hvor mange der mødte op til mødet, afstemningen eller demonstrationen er i digitale fællesskaber afløst af faktorer, som det er lettere at manipulere med og som samtidig er mere usynlige. Den anbefalede løsning er at 'synliggøre det usynlige' ved at stille krav om, at des højere niveau af udbredelse, des større krav om at blive underlagt dogmer som fx en mobiliseringsfaktor, der siger:

- > *Formål og finansiering:* Hvis flere end X-antal personer følger en kampagne eller er medlemmer af en gruppe, kunne der være krav til, at dens formål og finansiering (pengeflow) er gennemsigtig for offentligheden. Altså, hvis nogen har betalt for udsagn, budskaber, kampagner, så skal man kunne se det (follow the money).
- > *Åbenhed om konsekvenser og resultater:* Offentlighed om kampagnens konsekvenser og resultater: Hvad kom der ud af en given kampagne, hvor mange er stadig aktive osv.?
- > *Mulighed for at anmelde:* Der skal være tydelige angivelse af, hvordan man kan anmelde en kampagne og åbenhed om, hvor mange der har anmeldt, hvem der har klaget, hvilket indhold, som er blevet fjernet og hvorfor.
- > *Ubevidste styringsmekanismer:* Kampagnearrangøren skal fremlægge fakta om, hvilke former for fx billedmanipulation og andre ubevidste styringsmekanismer, der er gjort brug af.
- > *Retningslinjer for moderation:* Brugerne skal også gøres mere medansvarlige bl.a. gennem krav om verifikation af deres identitet.

**Trade off:** Det er en helt ny måde at tænke kampagner på og et opgør med 'hvad-end-der-virker'-mentaliteten og vil kræve et stort arbejde for dem, der vil gøre brug af onlinemobilisering. Der er også en fare for en negativ effekt på græsrodsorganisering, fordi det vil være nemmere for organisationer eller individer med adgang til flere ressourcer at leve op til kravene.





### Anbefaling 3: Indfør digitale vejlbump

*En af de faktorer, som karakteriserer sociale medier, er den hastighed, som er indbygget i teknologien. Man er altid lidt på bagkant. Det er umuligt at faktatjekke – før det er for sent. Det er umuligt at bremse løgne eller ulovligheder – før det er for sent. Det er umuligt at skabe tid til analyse, eftertanke og refleksion – før det er for sent. Derfor skal vi sænke hastigheden på de sociale medier ved at indføre digitale vejlbump.*

Den egentlige udfordring består i, at det, der sker online, spilder over i det, der sker offline. Og det, der sker online, sker meget, meget hurtigt. De algoritmiske beslutninger om, hvilket indhold den enkelte bruger bliver præsenteret for, sker konstant og hurtigere, end vi kan følge med i. Tempoet er ubegribeligt højt. Det giver plads til, at også had og løgne spredes med svimlende hastighed – både af verificerede brugere og bots. En rapport bestilt af Facebook selv dokumenterer, at Facebook skabte et 'gunstigt miljø' for udbredelsen af menneskerettighedskrænkelser i Myanmar<sup>19</sup>. Og i december 2021 lagde snesevis af Rohingya-flygtninge i Storbritannien og USA sag an mod Meta Platforms for 993 milliarder kroner, hvor de hævder at Facebook ikke greb ind over for hate-speech mod Rohingyaerne, hvilket menes at have bidraget til dødelig vold mod det muslimske mindretal<sup>20</sup>. Løgnene spredte sig som en steppebrand, og påvirkede meninger og førte til skadelige handlinger. Herhjemme fik en lang række unge en dom for at have videredelt ulovligt materiale i den såkaldte Umbrella-sag. Det krævede bare et klik med tommelfingeren at sende indholdet videre.

Sagerne i Myanmar og Danmark er på mange måder meget forskellige og svære at sammenligne – men ift. det skadelige i den potente viralitet ligner de hinanden. Derfor foreslår vi, at der indføres obligatoriske forsinkelser, som betyder, at man skal læse, se og bevidst forholde sig til indhold, før man deler det – og man skal være verificeret, når man gør det. Der er flere måder at skabe forsinkelser eller friktion på<sup>21</sup>. Eksempler kan være, at folk skal genlæse deres opslag, før de poster det. At medieplatformene skal underlægges krav om, at brugerne ikke må kommentere mere end én gang hvert minut, så man fx mindsker muligheden for spam og chikane. Eller at man på vilkårlige tidspunkter bliver stillet tre spørgsmål om platformens fællesskabsregler, lige inden man vil poste noget. Kan man besvare spørgsmålene, kan man poste og dele med det samme. Hvis ikke, skal man tilbage, læse på lektien og reflektere over de sociale spilleregler, der gælder på netop den platform. Pointen er, at det ikke kun er nok, at platformen har sine fællesskabsregler, og man beder platformene om at moderere indholdet. Man skal også ind og ændre den adfærd og den kultur, hvormed brugerne interagerer gennem lovgivningsmæssig regulering af platformene.

**Trade off:** Det vil uundgåeligt betyde mindre økonomisk afkast for de digitale platforme, fordi en mindre pulje af indhold samlet set vil blive set, delt og klikket på.

*Redigeret af Astrid Gufler og Mie Oehlenschläger.*

<sup>19</sup>bbc.com/news/world-asia-46105934

<sup>20</sup>bbc.com/news/world-asia-59558090

<sup>21</sup>itb.dk/maerkesager/etik-privacy-og-sikkerhed/skal-der-fartgraenser-paa-sociale-medier/

## Kommissionens arbejde

TechDK Kommissionen arbejder uafhængigt. Men den er nedsat af Djøf, som står for sekretariatsbetjeningen. Medlemmernes arbejde er frivilligt og ulønnet.

Medlemmerne identificerer udfordringer, som de betragter som blandt de mest væsentlige – ligesom de sammen udvikler løsningsforslag, der præsenteres i kommissionens rapporter og analyser.

Det er en præmis, at der ikke kan være konsensus blandt kommissionens medlemmer om alle løsningsforslag. Alle temaer bliver drøftet i kommissionen i en fælles proces, men det enkelte kommissionsmedlem kan være mere eller mindre enig i de enkelte delelementer.

Som udgangspunkt bifalder TechDK Kommissionen de mange positive elementer, som ny teknologi bibringer vores samfund. Hvad enten det er et produkt fra en global techvirksomhed, som gør det muligt for en bedstemor at følge sine børnebørn i den store verden eller offentlige it-projekter i Danmark, som søger at hjælpe unge med angst ved hjælp af virtual reality. På samme tid anerkender vi, at der næppe findes snuptagsløsninger på de store og vanskelige udfordringer, vi står overfor.

Det bærer vores rapporter og analyser også præg af. Der vil således være overvejelser om trade-offs for kommissionens anbefalinger. Med andre ord tager vi stilling til, både hvad vi vinder, og hvad vi taber med vores konkrete forslag.

Endelig skal det påpeges, at vores løsningsforslag enkelte steder går langt. Også længere, end hvad mange måske oplever som muligt at gennemføre lige nu, både politisk, økonomisk og juridisk. Men vi har valgt på flere områder at tænke højtravende og skrive lavpraktisk – og det giver anbefalinger, som kan danne udgangspunkt for debat.

Læs kommissionens andre udgivelser på [djoef.dk/techdk](https://djoef.dk/techdk)

Spørgsmål og henvendelser til Djøfs TechDK Kommission kan rettes til politisk chefrådgiver Astrid Gufler [agu@djoef.dk](mailto:agu@djoef.dk)

