

center for  
sociale medier, tech  
og demokrati

 digitaliserings  
ministeriet



# Indeks for det danske digitale demokrati 2024



CENTRE FOR  
DIGITAL CITIZENSHIP



DDC

digital democracy centre

Marts 2025

## **Indeks for det danske digitale demokrati 2024**

Marts 2025

Rapporten er udarbejdet af Centre for Digital Citizenship, Roskilde Universitet og Digital Democracy Centre, Syddansk Universitet for

Center for sociale medier, tech og demokrati

Digitaliseringsministeriet

Stormgade 2-6

1470 København

+45 72 28 24 00

[digmin@digmin.dk](mailto:digmin@digmin.dk)

ISBN: 97887-85325-09-9

Publikationen kan hentes på: [www.digmin.dk](http://www.digmin.dk)

Design: BGRAPHIC

Fotos: iStock, Unsplash og Adobe



center for  
sociale medier, tech  
og demokrati

  
digitaliserings  
ministeriet

# Indeks for det danske digitale demokrati 2024

Sofie Høllsberg Filstrup  
Jakob Bæk Kristensen  
Mia Stenbro Lorenzen  
Kim Andersen,  
Claes de Vreese  
Sine Nørholm Just  
Eva Mayerhöffer

Centre for Digital Citizenship, Roskilde Universitet

Digital Democracy Centre, Syddansk Universitet

CENTRE FOR  
DIGITAL CITIZENSHIP  


  
digital democracy centre

Marts 2025



# Indhold

<b>Forord</b> .....	<b>5</b>
<b>1. Hovedkonklusioner</b> .....	<b>6</b>
1.1 Hvordan har vi undersøgt det digitale demokrati? .....	7
1.2 Det digitale demokrati på tre niveauer .....	8
1.3 Laveste indekseværdi: Deltagelse i ... politikere og civilsamfundsaktører .....	9
1.4 Aldersmæssige forskelle i det digitale demokrati .....	9
<b>2. Introduktion</b> .....	<b>10</b>
2.1 Baggrund for undersøgelsen .....	11
<b>3. Indeksets grundmodel: Dimensioner og indikatorer</b> .....	<b>12</b>
<b>4. Sådan har vi gjort</b> .....	<b>15</b>
4.1 Spørgeskemaundersøgelse .....	16
4.2 Digitale metoder .....	17
<b>5. Resultater</b> .....	<b>21</b>
5.1 Det digitale offentlige rum .....	23
5.2 Digitale nyhedsmedier .....	35
5.3 Borgere og meningsdannere .....	46
5.4 Politikere og civilsamfundsaktører .....	55
5.5 Formelle demokratiske institutioner .....	62
<b>6. Perspektivering: TikTok – det spæde potentiale?</b> .....	<b>74</b>
<b>7. Samlet vurdering af det danske digitale demokratis tilstand</b> .....	<b>78</b>
7.1 Hvad trækker resultaterne op? .....	79
7.2 Hvad trækker resultaterne ned? .....	80
7.3 Demografiske forskelle på digital deltagelse .....	81
<b>Referencer</b> .....	<b>82</b>



# Forord

Demokratiet er ikke statisk – det kræver vedligeholdelse, beskyttelse og udvikling. I takt med at en stadig større del af vores offentlige samtale og meningsdannelse foregår online, bliver det afgørende at sikre, at digitaliseringen ikke svækker, men styrker demokratiet.

Formålet med dette indeks er at give os et værktøj til systematisk at følge vores digitale demokrati. En slags tilstandsrapport, der gør det muligt at vurdere, hvor der er plads til forbedringer, og hvor tilstanden er god – måske endda ligefrem forbedret med digitaliseringen.

Nogle hævder, at udviklingen af digitale platforme gør os tættere forbundne. Andre mener, at kløfterne er blevet gravet dybere. Samtidig afgør tech-giganterne i stigende grad, hvilke stemmer der bliver hørt, hvordan information spredes, og hvilke rammer offentligheden har for at deltage i den politiske samtale. Det er en magt, der udøves uden demokratisk kontrol, gennemsigtighed eller ansvarlighed. Den digitale udvikling øger derfor risikoen for polarisering, informationsmanipulation og valgindblanding.

Der er brug for aktiv handling, hvis demokratiets robusthed skal beskyttes og udvikles i en stadig mere kompleks digital virkelighed. Heldigvis rummer digitaliseringen også et betydeligt potentiale. Digitale platforme kan skabe mere åbenhed og inklusion ved at gøre det lettere at deltage direkte i politiske processer, dele synspunkter på tværs af geografiske skel og mobilisere sig om fælles anliggender. Digitaliseringen åbner derfor også nye muligheder for, at flere borgere kan deltage aktivt i et levende demokrati.

Med indekset undersøges danskernes adgang til, deltagelse i og opfattelse af det digitale demokrati. Resultaterne viser, at mens danskerne har gode betingelser for at have et godt og sundt digitalt demokrati, så er potentialerne langt fra realiseret.

Indekset er det første af sin slags og følger op på anbefalinger fra Nordisk tænketank for tech og demokrati. Undersøgelsen vil blive gentaget i 2026. Det digitale demokrati er for vigtigt til at blive overladt til nogle få tech-giganter – det er en samfundsopgave, der kræver både politisk handlekraft og offentlig debat. Det skal indekset bidrage til.

Caroline Stage  
*Digitaliseringsminister*



# 1. Hovedkonklusioner





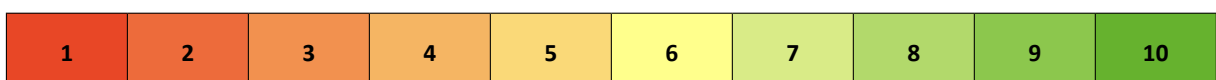
I denne rapport præsenteres et indeks for det digitale demokratis tilstand i Danmark. Indekset er baseret på to forskellige metoder, der komplementerer hinanden: en survey med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning og en undersøgelse af et udsnit af den danske digitale offentlighed ved brug af forskellige digitale metoder. Med en samlet indekssværdi for de to undersøgelser på hhv. **5,7** og **6,4** på en skala fra 1 til 10 kan vi

konkludere, at ”glasset er halvt fuldt”: Grundbetingelserne for det digitale demokrati er på plads med god adgang til internettet og de sociale medier og til de demokratiske institutioner, der er til stede online. Men danskernes deltagelse i og oplevelse af det digitale demokrati viser, at adgang alene ikke er nok, og at potentialet for et stærkt digitalt demokrati ikke fuldt ud omsættes til praksis.

## 1.1 Hvordan har vi undersøgt det digitale demokrati?

Det digitale demokratis tilstand er undersøgt ud fra fem forskellige dimensioner: 1) det digitale offentlige rum, 2) digitale nyhedsmedier, 3) borgere og meningsdannere, 4) politikere og civilsamfundsaktører og 5) formelle demokratiske institutioner. Hver dimension er undersøgt på tre niveauer: a) adgang til, b) deltagelse i og c) oplevelse af.

Resultaterne for underdimensionerne kan ses i tabel 1 og 2 nedenfor. Alle tre niveauer er undersøgt i surveyen, mens undersøgelsen baseret på digitale metoder dækker de første to. Underdimensionerne er operationaliseret gennem en række indikatorer, der uddybes i rapporten (se overblik i figur 3).



**Tabel 1: Samlede resultater, survey**

	Det digitale offentlige rum	Digitale nyhedsmedier	Borgere og meningsdannere	Politikere og civilsamfundsaktører	Formelle demokratiske institutioner	Gns.
<b>Adgang til...</b>	6,5	6,9	4,8	6,8	7,8	6,6
<b>Deltagelse i...</b>	8,3	5,7	4,4	2,5	4,6	5,1
<b>Oplevelse af...</b>	4,8	5,6	5,2	5,5	4,8	5,2

**Tabel 2: Samlede resultater, digitale metoder**

	Det digitale offentlige rum	Digitale nyhedsmedier	Borgere og meningsdannere	Politikere og civilsamfundsaktører	Formelle demokratiske institutioner	Gns.
<b>Adgang til...</b>	7,5	7,2	5,9	9,1	4,3	6,8
<b>Deltagelse i...</b>	8,3	4,0	6,5	3,9	5,1	5,6

## 1.2 Det digitale demokrati på tre niveauer

**Adgang til ...** dækker over danskernes adgang til internettet og sociale medier generelt samt mere specifikt til indhold fra nyhedsmedier, politikere, civilsamfundsaktører og myndigheder. Med værdier på hhv. 6,6 (survey) og 6,8 (online) ser vi, at danskerne generelt har god adgang til internettet og sociale medier. Derudover har de nemt ved at finde indhold fra dimensionernes forskellige aktører (surveyen), og aktørerne er bredt til stede i den danske online-offentlighed (digitale metoder). Dette stemmer overens med Danmarks generelle høje niveau af digitalisering og er et positivt grundlag for et stærkt digitalt demokrati.

**Deltagelse i ...** dækker over, hvor ofte danskerne interagerer med online-indhold fra dimensionernes aktører. Indeksværdierne er hhv. 5,1 (survey) og 5,6 (digitale metoder). Vi ser altså, at selvom adgangen til aktørerne og disses indhold er god, deltager færre i den digitale offentlige samtale, end adgangen giver mulighed for. Det store digitale potentiale bliver således ikke fuldt udnyttet. Samtidig ser vi dog en stor spredning på dette niveau, idet der er stor deltagelse i det digitale offentlige rum generelt – men mindre deltagelse i de øvrige dimensioner. Dette peger på en lavere interaktion med digitalt indhold, der har direkte demokratisk relevans.





**Oplevelse af ...** dækker over danskernes opfattelse af det indhold, de møder online, og af de digitale interaktioner, de indgår i. Med en værdi på 5,2 er resultaterne her sammenlignelige med deltagelsesniveauet – dvs. at heller ikke oplevelsen lever op til det potentiale, som den gode adgang skaber. Selvom digitaliseringen skaber nye muligheder for demokratisk deltagelse, der kan styrke oplevelsen af det digitale demokrati, ser vi i undersøgelsen,

at der gennemgående er en negativ opfattelse af tonen i online-debatten og udbredelsen af misinformation og fake news.

På tværs af niveauerne ser vi et tydeligt mønster, hvor udbredt adgang ikke nødvendigvis er lig med høj deltagelse og positiv oplevelse af det danske digitale demokrati.

## 1.3 Laveste indekssværdi: Deltagelse i ... politikere og civilsamfundsaktører

---

Som tabel 1 og 2 viser, er det deltagelsesniveauet for politikere og civilsamfundsaktører, der med hhv. 2,5 og 3,9 har de laveste indekssværdier for begge metoder. Selvom politikere og civilsamfundsaktører er bredt til stede på mange

forskellige platforme, interagerer borgerne ikke i ret stort omfang med dem online. Her er det uudnyttede demokratiske potentiale altså særligt stort.

## 1.4 Aldersmæssige forskelle i det digitale demokrati

---

I surveyen indsamlede vi en række demografiske informationer om respondenterne såsom alder, køn og uddannelse. Resultaterne viser, at særligt den yngste aldersgruppe (15-19 år) skiller sig ud: De bruger sociale medier mest, de interagerer mest med digitalt indhold fra nyhedsmedier, civilsamfundsaktører, politikere, sociale bevægelser og myndigheder, de anser ikke misinformation og fake news som et lige så stort problem som ældre respondenter. Det er også de unge, der føler

sig bedst repræsenterede holdningsmæssigt i online-diskussioner. Omvendt ser vi, at det er de unge, der har lavest tillid til myndigheder og offentlige institutioner, og at det er dem, der rapporterer oftest at udgive og viderelede misinformerende og hadefuldt indhold. Som supplement til disse fund sætter vi i afsnit 6 særligt fokus på de unges brug af TikTok.



## 2. Introduktion





Det fremhæves ofte af både politikere, meningsdannere og forskere, at digitaliseringen udfordrer demokratiet, og særligt den offentlige debats hårde tone og den stigende politiske polarisering nævnes som negative demokratiske konsekvenser af digitaliseringen. Digitaliseringen har dog omvendt også åbnet nye muligheder for demokratiet og den demokratiske samtale. Borgerne har i dag lettere adgang til information end nogensinde før, og grupper, der måske tidligere har følt sig afskåret fra at deltage, har fået nye og mere tilgængelige fora for debat online. Samtidig er afstanden mellem borgere og beslutningstagere blevet mindsket med fremkomsten af eksempelvis sociale medier, og det er i dag lettere end nogensinde at dele sine holdninger med andre. De sociale medier og digitale platforme har således introduceret nye muligheder for politisk debat og dialog,

hvilket potentielt har sænket nogle af barriererne for demokratisk deltagelse for den brede befolkning.

Danmark ligger konsekvent højt i forskellige målinger af både demokratiets tilstand og samfundets grad af digitalisering <sup>[1]</sup>, men vi ved ganske lidt om dets tilstand. Formålet med denne undersøgelse er at give os en sådan indsigt ved at **etablere et indeks for det digitale demokrati**, som kortlægger tilstanden i Danmark anno 2024.

Indekset bygger på en kombination af spørgeskemadata og digitale data, der tilsammen undersøger borgernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af det digitale demokrati. Undersøgelsen er udført i et samarbejde mellem forskere fra Digital Democracy Centre på Syddansk Universitet og Centre for Digital Citizenship på Roskilde Universitet.

## 2.1 Baggrund for undersøgelsen

Sociale medier og digitale platforme tilbyder nye kommunikations- og deltagelsesformer, der påvirker de traditionelle demokratiske institutioner i en sådan grad, at det digitale demokrati både kan og bør studeres i egen ret. På den baggrund anbefalede Nordisk Tænk tank for Tech og Demokrati nedsat af Nordisk Ministerråd i starten af 2023, at der etableres et ”Nordic Tech-Democracy Index”, der systematisk skal følge udviklingen i vores digitale demokrati over tid.

Med afsæt i denne anbefaling udbød Center for Sociale Medier, Tech og Demokrati under Digitaliseringsministeriet<sup>1</sup> i 2023 en opgave om at udarbejde en forundersøgelse, der skulle fokusere på, hvordan et sådant indeks for det digitale demokrati kunne konstrueres. Vi stod for forundersøgelsen og har efterfølgende også stået for selve undersøgelsen. Resultatet er det indeks, der præsenteres i denne rapport.



1 Tidligere under Slots- og Kulturstyrelsen.



# 3. Indeksets grundmodel: Dimensioner og indikatorer



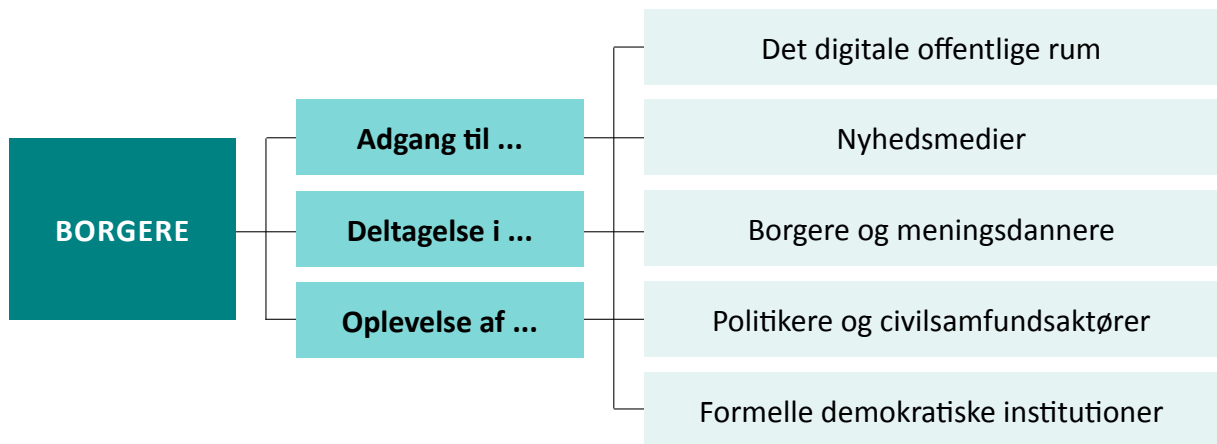
Indekset måler det digitale demokratis tilstand ud fra et borgerperspektiv. Målingen er baseret på borgernes a) adgang til, b) deltagelse i og c) oplevelse af fem forskellige dimensioner af det digitale demokrati: 1) det digitale offentlige rum, 2) nyhedsmedier, 3) borgere og meningsdannere, 4) politikere og civilsamfundsaktører og 5) formelle demokratiske institutioner. Vi undersøger i alt 15 underdimensioner.

Hver af disse 15 underdimensioner er operationaliseret gennem en række *indikatorer*, som vi anser som væsentlige i forhold til at måle hver dimension

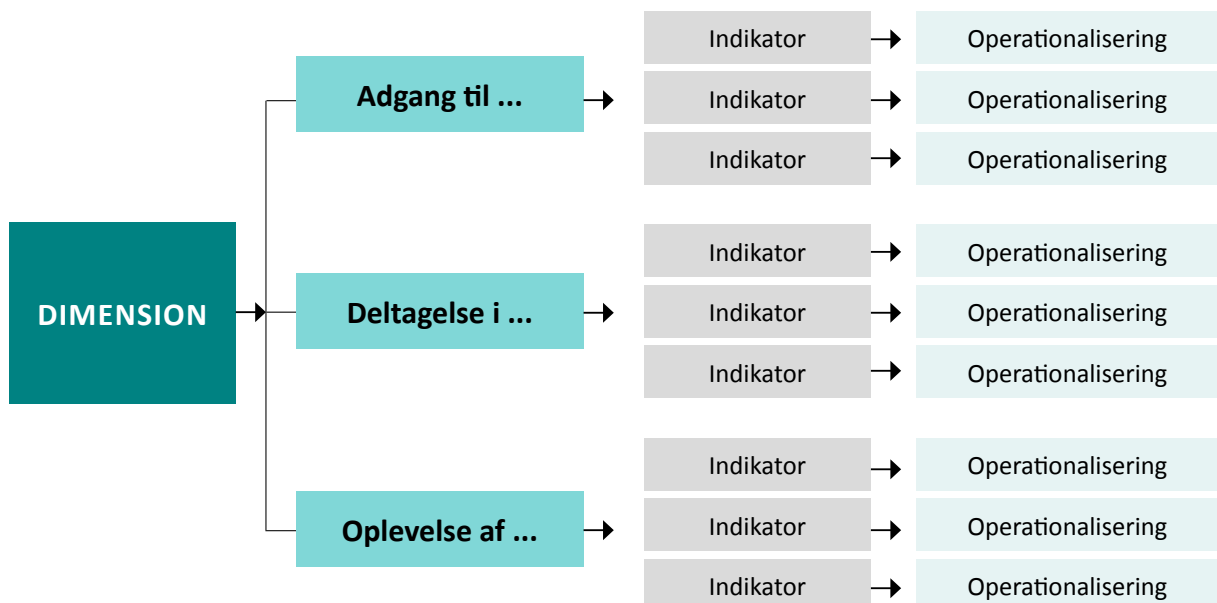
på hvert niveau. Disse indikatorer er operationaliseret, så de kan måles gennem surveydata og digitale data.

I specificeringen af indikatorerne tog vi udgangspunkt i forskningslitteratur på området samt eksisterende målinger af demokrati og/eller digitalisering. Derudover inviterede vi en række analyseinstitutter, tænketanke, organisationer og civilsamfundsaktører til to workshops, hvor de hjalp os med at kvalificere modellen. Den samlede proces resulterede i 57 forskellige indikatorer, som kan ses i tabel 3.

Figur 1: Borgerperspektiv, niveauer og dimensioner



Figur 2: Dimensioner, niveauer og indikatorer





Figur 3: Oversigt over indeksets indikatorer



	Det digitale offentlige rum	Nyhedsmedier	Borgere og meningsdannere	Politikere og civilsamfundsaktører	Formelle demokratiske institutioner
<b>Adgang til ...</b>	Internettet Sociale medier Diverst indhold Misinformation	Danske nyhedsmedier Diverst nyhedsindhold Nyhedsindhold bag betalingsmure Fake news	Debatgrupper og fora Et sundt debatklima	Politikere Civilsamfundsaktører Sociale bevægelser og græsrodsbevægelser	Den offentlige sektor Myndigheder
<b>Deltagelse i ...</b>	Internettet Sociale medier Spredning af misinformation Faktatjek Digital disconnection	Nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler Nyhedsindhold gennem sociale medier Interaktion med nyhedsindhold Nyhedsundgåelse	Debat og diskussion Interaktion med samfundsdebattører Diskussioner i grupper og fora Spredning af hadtale og fjendtligt indhold Afholdelse fra at deltage i diskussioner	Interaktion med politikere Interaktion med civilsamfundsorganisationer Interaktion med sociale bevægelser og græsrodsbevægelser Digital aktivisme og protest	Kontakt med det offentlige Interaktioner med myndigheder
<b>Oplevelse af ...</b>	Polarisering, ekkokamre og filterbobler Misinformation At kunne ytre sig frit Tillid til de digitale platforme og sociale medier Egne digitale kompetencer	Digitalt nyhedsindhold Personalisering Fake news Diversitet i nyhedsindhold Tillid til digitalt nyhedsindhold	Hadtale og fjendtligt indhold Samfundsdebatter online Tillid til andre borgere Repræsentation i debatter	Politikerer tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier Politikerer indhold på de digitale platforme og sociale medier Tillid til politikeres ageren på de digitale platforme og sociale medier	Kvalitet af offentlige tjenester Digital kontakt med det offentlige Myndigheders tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier Myndigheders indhold på de digitale platforme og sociale medier Tillid til myndigheders ageren på de digitale platforme og sociale medier



## 4. Sådan har vi gjort





Vi anlægger som nævnt et borgerperspektiv og definerer ”borgere” som personer, der er anerkendt af en statslig eller lokal myndighed som medlem af det samfund, myndigheden repræsenterer, og som har rettigheder, ansvar og pligter over for denne. Vi har afgrænset undersøgelsen til at omfatte personer over 15 år med enten fast bopæl i Danmark eller dansk statsborgerskab. Dette er en praktisk afgrænsning og er ikke et udtryk for, at børn ikke også bør anskues som borgere og dermed deltage eller have mulighed for at deltage i det digitale demokrati.

Indekset er baseret på to forskellige metoder, der komplementerer hinanden: en spørgeskemaundersøgelse af et repræsentativt udsnit af den danske befolkning over 15 år og en undersøgelse af et udsnit af den danske digitale offentlighed ved brug af forskellige digitale metoder. Kombinationen af disse to metoder gør, at vi både har kunnet spørge danskerne til deres adgang, deltagelse og oplevelse (survey) samt undersøge, hvordan digitalt indhold fra aktørerne i de fem forskellige dimensioner bliver tilgået og interageret med i praksis (digitale metoder).

## 4.1 Spørgeskemaundersøgelse

---

### Indsamling af spørgeskemadata

Spørgsmålene i spørgeskemaundersøgelsen er udviklet ud fra de 57 indikatorer, som kan ses i tabel 3. Nogle af disse indikatorer er dækket af ét spørgsmål, mens andre er dækket af flere. Foruden spørgsmål relateret til måling af de enkelte indikatorer indgår også spørgsmål vedrørende respondenternes køn, fødselsår, bopæl, uddannelsesniveau, etnicitet, religion, politiske overbevisning, politiske interesse og seksualitet i spørgeskemaet. Vi har valgt at inddrage disse baggrundsoplysninger i undersøgelsen, da tidligere danske og internationale undersøgelser har vist, at de kan spille en rolle for flere af de udvalgte indikatorer <sup>[2]</sup>, <sup>[3]</sup>.

Spørgeskemaundersøgelsen er baseret på en repræsentativ stikprøve for den danske befolkning over 18 år for så vidt angår køn, alder og bopæl. Vi valgte, i samråd med Center for Sociale Medier, Tech og Demokrati, at udvide målgruppen til at dække danskere mellem 15 og 18 år. Det har medført en overrepræsentation af respondenter i den yngste aldersgruppe, hvilket vi har taget højde for via en vægtning af data.

Spørgeskemaundersøgelsen er gennemført i samarbejde med analyseinstituttet Epinion gennem deres Norstatpanel for et repræsentativt udsnit af den danske befolkning. I alt blev 27.217 panelister inviteret til at deltage i undersøgelsen. 7.393 påbegyndte undersøgelsen, og 6.580 færdiggjorde deres besvarelse, svarende til en svarprocent på 24 % og en gennemførelsesprocent på 89 %. For at kvalitetssikre data frasorterede Epinion en række besvarelser gennem tre trin. Først gennemførte de en analyse af den gennemsnitlige svartid på spørgeskemaet og frasorterede i den forbindelse alle ”speedere”, dvs. personer, der besvarer

undersøgelsen urealistisk hurtigt (hurtigere end 40 % af mediantiden for gennemførelse af spørgeskemaet). Dernæst frasorterede de ”straightliners”, dvs. respondenter med ens svar gennem sektioner med kombinationer af positivt og negativt ladede udsagn. Endelig foretog de en manuel gennemgang, hvor de frasorterede useriøse svar, fx 18-årige, der angiver, at de har afsluttet en ph.d.-uddannelse, eller unge, der angiver, at de er på pension. I alt blev 260 besvarelser frasorteret, hvilket resulterer i et endeligt datagrundlag på 6.320 besvarelser.

Som nævnt er besvarelserne repræsentative for den danske befolkning over 18 år på køn, alder og region. For at sikre fuld repræsentativitet udregnede Epinion en vægt for hver enkelt respondent med det formål at korrigere for de små forskelle, der kan være mellem stikprøven og den danske befolkning. Beregningen af vægten foregik ved at inddele stikprøven i strata efter køn, alder og region og sammenholde hvert stratas andel i stikprøven med det tilsvarende strata i befolkningen. Populationsfordelingerne for køn, alder og region stammer fra Danmarks Statistik. Vægtene har et gennemsnit på 1 med en maksimumsvægt på 1,089 og en minimumsvægt på 0,856. Disse ligger inden for et meget snævert interval, sammenlignet med hvad der normalt ses i befolkningsundersøgelser, hvilket vidner om, at undersøgelsen har en god repræsentativitet med hensyn til køn, alder og region. Vægtningen er inddraget i udregningen af alle indekxsværdier.





## Fra surveysspørgsmål til indeksværdier

For at udregne surveyens indeksværdi konstruerede vi 15 formative indeks svarende til de 15 underdimensioner, så hver enkelt fik en værdi mellem 1 og 10. I dannelsen af de individuelle indeks sikrede vi, at spørgsmålene indgik på en sådan måde, at et svar, der er positivt for det digitale demokrati, gav en høj værdi. Det gjorde vi ved at vende svarene på de enkelte spørgsmål om, hvor det var relevant. Den samlede indeksværdi for surveyen er udregnet som et gennemsnit af de 15 individuelle indeksværdier fra underdimensionerne. Hvilke spørgsmål der indgår i konstruktionen af hvert indeks, kan ses i rapportens resultat afsnit.

I konstruktionen af de enkelte indeks valgte vi at lægge nogle af svarkategorierne for spørgsmålene sammen. Det drejer sig om svarkategorierne for spørgsmål som fx "Hvor ofte benytter du internettet til et hvilket som helst formål?" med svarkategorierne: "Flere gange dagligt", "Dagligt", "Ugentligt", "Månedligt", "Sjældent" og "Aldrig". Her lagde vi kategorierne "Flere gange dagligt" og "Dagligt" sammen. Det drejer sig om i alt 21 spørgsmål, som alle er en del af "deltagelse i"-niveauet.

I arbejdet med resultaterne har vi sammenlignet befolkningsgrupper på tværs af køn, alder og uddannelse (antal respondenter for hver svar-kategori i parentes). For *køn* har vi kun medtaget

"Mand" (3.085) og "Kvinde" (3.214) i resultat-afsnittet, da vi blot havde 21 respondenter for "Anden kønsidentitet", hvilket gør det svært at sige noget generaliserbart om denne gruppe. For *alder* opdelte vi respondenterne i følgende aldersgrupper: 15-19 år (427), 20-29 år (1.092), 30-39 år (653), 40-49 år (707), 50-59 år (1.284) 60-69 år (807) og 70+ år (1.350). Endelig lagde vi for *uddannelse* de to svarmuligheder "Almen gymnasial uddannelse" (592) og "Erhvervsfaglig uddannelse" (288) sammen til "Gymnasial uddannelse", så uddannelse i alt består af følgende kategorier: Grund-/folkeskole (615), Gymnasial uddannelse (880), Erhvervsfaglig uddannelse (1.347), Kort videregående uddannelse (590), Mellemlang videregående uddannelse (1.846), Lang videregående uddannelse (939) og Forskeruddannelse (939). Derudover svarede 37 respondenter "Ved ikke".

I surveyen indgik som nævnt også spørgsmål om region, etnicitet, religion, politisk overbevisning, politisk interesse og seksualitet. I gennemgangen af resultaterne så vi dog ikke ret mange statistisk signifikante forskelle mellem disse befolkningsgrupper, hvorfor de ikke er medtaget i gennemgangen af resultaterne. Dette kan blandt andet skyldes – ligesom ved køn ovenfor – at nogle af svarkategorierne var meget små. Eksempelvis angav blot 5,4 % (342) af respondenterne, at de opfatter sig selv som tilhørende en seksuel minoritet. Vi vender tilbage til dette i afsnit 7.3.

## 4.2 Digitale metoder<sup>II</sup>

Overordnet kan digitale metoder forstås som brug af digitale teknologier til at indsamle og analysere forskningsdata (Birkbak & Munk, 2017). Adgang gennem såkaldte API'er (Application Programming Interfaces) muliggør storskala-indsamling af digitalt indhold (fx posts og videoer) samt *digital trace data*, dvs. brugernes faktiske adfærd og interaktioner på digitale platforme såsom visninger, reaktioner, delinger og kommentarer. I modsætning til selvvalgte mål kan digitale metoder bidrage med et indblik i faktiske forhold på digitale platforme, både hvad angår borgernes ageren og det digitale indhold, borgerne kan møde på platformene. Digitale metoder udleder implicite mønstre fra de digitale fodspor, som brugerne efterlader, når de benytter sig af en given platform

(Jensen, 2014). Dette er dog afhængigt af den adgang, som platformene giver til deres API'er. Vi kan derfor kun observere dele af den samlede digitale adfærd – typisk begrænset til offentlige posts. Derudover er API-adgangen til sociale medier blevet stadig mere indskrænket i de seneste år.

I denne rapport har vi valgt primært at fokusere på Facebook, som indtil slutningen af august 2024 via værktøjet CrowdTangle fortsat tilbød forsker-adgang til offentlige Facebook-data. Vores resultater er derfor begrænset til en bestemt platform. Her er det vigtigt at understrege, at Facebook fortsat er en helt essentiel platform for den digitale offentlige samtale i Danmark samt er den platform

II Den fulde tekniske beskrivelse er tilgængelig i et online-appendiks [her](#)



i dansk kontekst, der har flest brugere på tværs af befolkningsgrupper. Dog er et ensidigt fokus på Facebook alene også i dansk kontekst på sigt utilstrækkeligt, da især yngre borgere i mindre grad benytter denne platform <sup>[4]</sup>. Derfor har vi også inkluderet en udforskning af TikTok med et mere snævert analysefokus. TikTok-data indgår således ikke i det samlede digitale demokratiindeks, men præsenteres som perspektiverende afsnit i afsnit 6. Her giver vi et indblik i det demokratiske potentiale for en platform, der er meget anderledes end Facebook, og som sandsynligvis bliver afgørende fremadrettet. Endelig har vi manuelt kortlagt tilstedeværelsen af forskellige samfundsaktører (fx politikere) på tværs af ni forskellige sociale medier som en del af det digitale indeks.

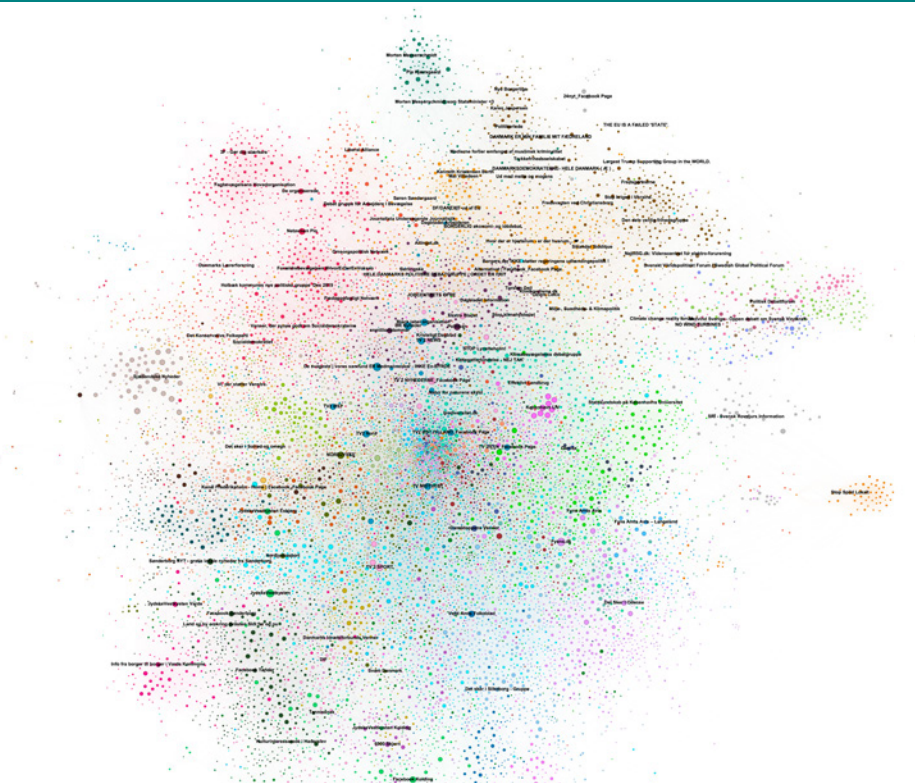
### Hvad vi måler på: den danske Facebook-offentlighed

Rapporten bygger på en bred netværkskortlægning af den danske offentlighed på Facebook. For at finde frem til alle offentlige sider og grupper, der bidrager til den digitale offentlige samtale i Danmark, har vi taget udgangspunkt i en samling af lister med folketingspolitikere, civilsamfundsaktører, nyhedsmedier og myndigheder og deres tilhørende offentlige Facebook-sider. Vi har

derefter indsamlet alle posts fra alle offentlige grupper og sider, der mindst én gang har delt et af de samme links som de nævnte aktører. Ud fra dette konstruerede vi et netværk, hvor alle grupper og sider er forbundet med hinanden, hvis de har delt det samme link. For at fjerne støj samt meget perifære dele af netværk anvendte vi netværksteknikkerne "network backboning" <sup>[5]</sup> og "local tightness expansion" <sup>[6]</sup>. Med denne proces opnår vi en omfattende repræsentation af den danske Facebook-offentlighed baseret på 14.294 offentlige sider og grupper og omkring 21 millioner posts i perioden 1/8-2023 til 1/8-2024. Endelig målte vi aktiviteten i netværket ved at opdele det i klynger via en såkaldt "community detection"-algoritme <sup>[7]</sup>.

Deltagelse i den danske Facebook-offentlighed er ikke afgrænset til at skrive eller dele indhold på dansk; hvis blot indhold deles i så stor grad, at det må regnes som en del af den danske debat på Facebook, er det taget med – uanset sprog. Dog er over 80 % af posts delt af de 14.294 aktører på dansk. Fordelen ved denne tilgang er, at repræsentationen af den danske offentlighed ikke baseres på forudindtagne ideer om, hvem der bør regnes som en del af den offentlige samtale. I stedet følger vi en netværkslogik, hvor alle, der byder ind i samtalen, regnes med.

Figur 4: Visualisering af den danske Facebook-offentlighed



Farverne indikerer klynger af grupper og sider, der har fælles mønstre for indholdsdeling.



## Hvordan vi måler: niveau og fordeling af digital adfærd

Vi anvender to overordnede metodiske mål til at indfange mønstre i den digitale adfærd: niveau og fordeling. Både niveau og fordeling beregnes som et tal mellem 1 og 10. Hvis niveauet for en bestemt type adfærd er højt og har en balanceret fordeling på tværs af offentligheden, vil indekssværdien ligge tæt på 10. Fordelingen beregnes med den såkaldte ”omvendte Jensen-Shannon afstand” [8], hvor et lavt tal indikerer en skæv fordeling. For at kunne foretage denne måling har vi først identificeret forskellige aktørers profiler på tværs af sociale medier, og derefter er vi dykket ned i Facebook-data, hvor vi har undersøgt interaktionsniveauet samt forskellige indholdskarakteristika.

### Aktørers profiler på sociale medier

For at måle borgernes mulighed for at komme i kontakt med politikere, nyhedsmedier, civilsamlingsorganisationer og myndigheder gennem digitale platforme har vi taget udgangspunkt i lister over 1) folketingspolitikere, 2) nationale og regionale danske nyhedsmedier samt alternative nyhedsmedier, 3) kendte civilsamlingsorganisationer og 4) offentlige organer såsom ministerier, råd og styrelser. Dernæst har vi undersøgt, om disse aktører har en profil på følgende sociale medier: Facebook, Instagram, X, LinkedIn, YouTube, TikTok og Telegram. I spørgeskemaet undersøger vi derudover en femte kategori, sociale bevægelser og græsrodsbevægelser, men da det ikke er muligt at arbejde med faste aktørlistes her, er denne kategori udeladt i den digitale metodeundersøgelse.

Det anses som en styrke, hvis aktører søger at maksimere det potentielle publikum, hvorfor denne indikator beregnes som andelen af aktører, der har en profil på mindst tre platforme. Denne metode bruges for følgende indikatorer:

- danske nyhedsmedier (adgang til ... digitale nyhedsmedier)
- politikere, civilsamlingsaktører (adgang til ... politikere og civilsamlingsaktører)
- myndigheder (adgang til ... formelle offentlige institutioner)

## Interaktion med aktører

For interaktion med aktører måler vi, i hvor høj grad brugere interagerer med (liker, kommenterer og deler) de posts, som politikere, nyhedsmedier, civilsamlingsorganisationer og myndigheder udgiver via deres egne Facebook-sider. Vi beregner interaktionsniveauet ved at sammenholde den gennemsnitlige mængde interaktioner (likes, kommentarer, delinger) for hver aktørgruppe med sandsynligheden for, at en vilkårlig post modtager en bestemt mængde interaktioner på tværs af hele den danske Facebook-offentlighed. For at bestemme fordelingen tager vi udgangspunkt i distributionen af den gennemsnitlige mængde interaktioner per aktør inden for hver aktørgruppe. Et lavt tal indikerer en skæv fordeling mellem aktørerne (fx få politikere, der får størstedelen af alle likes). Denne metode bruges for følgende indikatorer:

- nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler, Interaktion med digitalt nyhedsindhold (deltagelse i ... digitalt nyhedsindhold)
- interaktion med politikere, Interaktion med civilsamlingsaktører (deltagelse i ... politikere og civilsamlingsaktører)
- interaktion med myndigheder (deltagelse i ... formelle demokratiske institutioner)

## Samfundsrelevant indhold

For at måle niveauet af demokratisk relevant diskussion på tværs af den brede offentlighed benytter vi os af AI-baserede store sprogmodeller (LLM'er) til at identificere Facebook-posts, der handler om politik eller samfundsforhold. Eksempler på ikke-samfundsrelevant indhold er underholdning, sport, musik, film, mode, konkurrencer, køb og salg, kattevideoer, memes eller hverdagsobservationer. En test af sprogmodellen, baseret på en manuel kodning af 100 tilfældigt udvalgte posts, viste en meget høj grad af nøjagtighed (F1-score på 0,91). Denne metode bruges i målingen af følgende indikatorer:

- diversit indhold (adgang til ... det digitale offentlige rum)
- diversit nyhedsindhold (adgang til ... digitale nyheder)
- diskussion i grupper og fora (adgang til ... borgere og meningsdannere)
- debat og diskussion (deltagelse i ... borgere og meningsdannere)



## Diverst indhold

Denne indikator har vi beregnet som det uvægtede gennemsnit af tre selvstændige målinger for de posts, der er blevet klassificeret som samfundsrelevante: 1) Overordnet emnediversitet: Dækker over fordelingen af de samfundsrelevante Facebook-posts på tværs af 17 udvalgte samfundsrelevante emner <sup>[9]</sup>. 2) Målingen af emnediversitet på tværs af offentligheden: Dækker over, hvor godt diskussionen af de udvalgte 17 emner fordeler sig på tværs af grupper og sider i hele Facebook-netværket. 3) Polarisering i diskussionen: Adresserer graden af splittelse med hensyn til, hvordan forskellige emner diskuteres på tværs af offentligheden. Hvis sundhedspolitik eksempelvis bliver diskuteret bredt i offentligheden, men bestemte grupper udelukkende kritiserer regeringen, mens andre udelukkende hylder regeringens kurs, giver det en større grad af polarisering. Denne metode bruges til følgende indikatorer:

- diverst indhold (adgang til ... det digitale offentlige rum)
- diverst nyhedsindhold<sup>III</sup> (adgang til ... digitale nyhedsmedier)

## Misinformation

Vi definerer misinformation som links til webdomæner, som faktatjekkere og forskere tidligere har identificeret som problematiske kilder. Vi benytter her Fakenix-listen, som er en nylig opdateret liste over nationale og internationale domæner med tendens til at publicere falsk eller utroværdigt indhold <sup>[10]</sup>. Derudover tilføjede vi enkelte skandinaviske domæner til listen ved en manuel gennemgang af det indhold, som nogle af de danske aktører med tendens til at dele mange domæner fra Fakenix-listen tidligere har delt. For at vurdere adgang til misinformation sammenligner vi antallet af unikke links til Fakenix-domæner med antallet af alle links, der er blevet delt i den danske Facebook-offentlighed. For at vurdere deltagelse i spredning af misinformation undersøger vi, i hvor høj grad posts med links til Fakenix-domæner er blevet delt i offentlige grupper og på sider på Facebook. Denne metode bruges til følgende indikatorer:

- misinformation (adgang til ... det digitale offentlige rum)
- spredning af misinformation (deltagelse i ... det digitale offentlige rum)

## Angreb i kommentarer

For at identificere sproglige angreb indsamlede vi 500.000 kommentarer fra en tilfældig stikprøve af alle posts i den danske Facebook-offentlighed. Vi anvendte her en nyligt udviklet sprogmodel til at identificere kommentarer, som er stigmatiserende, nedsættende, krænkende, stereotypiserende, ekskluderende, chikanerende eller truende ytringer rettet mod mennesker eller grupper af mennesker (Analyse & Tal, 2025). Denne metode bruges til følgende indikator:

- et sundt debatklime (adgang til ... det digitale offentlige rum)

III Til måling af "diverst nyhedsindhold" er data begrænset til posts, der deler links til et dansk nyhedsmedie.



# 5. Resultater





Som beskrevet i rapportens hovedkonklusioner er de to overordnede indekseværdier for det danske digitale demokrati i 2024 hhv. **5,7** (survey) og **6,4** (online). Som det kan ses i nedenstående gennemgang af resultaterne, er værdierne for "Adgang" højere end for "Deltagelse" og "Oplevelse". Dette indikerer, at selvom der er gode *muligheder* for et stærkt digitalt demokrati, omsættes potentialet ikke til deltagelse i og oplevelse af. Det digitale demokratis tilstand er altså ikke så god, som den kunne være.

Gennemgangen af resultater er struktureret om de fem forskellige dimensioner, hvor hver dimension gennemgås på alle tre niveauer. Før resultaterne for dimensionen gennemgås, er der en kort beskrivelse af, hvordan vi har operationaliseret dimensionen, samt en oversigt over dens indikatorer. Derefter følger afsnit på alle tre niveauer, som hvert begynder med en kort, opsummerende tekst og derefter gennemgår alle indikatorer og de tilhørende resultater fra survey og digitale metoder.

Survey-delen af undersøgelsen dækker alle indikatorer på alle tre niveauer, mens vi med de digitale metoder undersøger udvalgte indikatorer på adgangs- og deltagelsesniveau. Svarene fra de to undersøgelser komplementerer hinanden og er med til at give et samlet billede af det digitale demokratis tilstand. For de digitale metoder skal vi dog, som nævnt ovenfor, have in mente, at vores resultater primært tager udgangspunkt i den digitale samtale, der finder sted på Facebook. For hver underdimension har vi desuden angivet de indikatorer, vi har brugt til at udregne underdimensionens indekseværdi. Surveyen dækker alle indikatorer, mens indikatorer, der er dækket af både survey og digitale metoder, er fremhævet med kursiv.

For surveydelen vil de relevante spørgsmål fra spørgeskemaundersøgelsen blive præsenteret for alle respondenter samlet samt på tværs af køn, alder og uddannelse. Vi præsenterer dog udelukkende resultater for disse, hvis forskellene internt i grupperne er statistisk signifikante ( $p > 0,05$ ).

**Tabel 1: Samlede resultater, survey**

	Det digitale offentlige rum	Digitale nyhedsmedier	Borgere og meningsdannere	Politikere og civilsamfundsaktører	Formelle demokratiske institutioner	Gns.
<b>Adgang til...</b>	6,5	6,9	4,8	6,8	7,8	6,6
<b>Deltagelse i...</b>	8,3	5,7	4,4	2,5	4,6	5,1
<b>Oplevelse af...</b>	4,8	5,6	5,2	5,5	4,8	5,2

**Tabel 2: Samlede resultater, digitale metoder**

	Det digitale offentlige rum	Digitale nyhedsmedier	Borgere og meningsdannere	Politikere og civilsamfundsaktører	Formelle demokratiske institutioner	Gns.
<b>Adgang til...</b>	7,5	7,2	5,9	9,1	4,3	6,8
<b>Deltagelse i...</b>	8,3	4,0	6,5	3,9	5,1	5,6



## 5.1 Det digitale offentlige rum

Den første dimension, det digitale offentlige rum, er selve grundlaget for de øvrige dimensioner. Det er nemlig essentielt at vide noget om tilstanden af borgernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af de digitale offentlige rum generelt, før vi kan besvare andre spørgsmål om digitaliseringens indflydelse på borgernes møde med hinanden, med andre centrale samfundsaktører og med demokratiets øvrige (formelle) institutioner.

Vi definerer ”det digitale offentlige rum” ud fra forskellige forskningstilgange, eksempelvis ”platformsstudier” samt bredere studier af digital infrastruktur <sup>[11]</sup>, <sup>[12]</sup>. I denne forskning ses digitale platforme (og de virksomheder, der ejer dem) som så toneangivende for det digitale samfund, at man i dag ligefrem kan tale om et ”platforms-samfund” <sup>[13]</sup>: Et samfund, der i høj grad er organiseret af og omkring techgiganter <sup>[14]</sup>.

Mange forskere og meningsdannere er kritiske over for denne udvikling og fremhæver, at de digitale platforme kan påvirke den demokratiske samtale i en negativ retning, for eksempel ved at fremme fænomener som mis- og disinformation samt såkaldte ”filterbobler” og ”ekkokamre” <sup>IV</sup>.

Denne dimension dækker derfor over mål for adgang til internettet, muligheden for at kunne ytre sig frit online, ligesom vi undersøger borgernes oplevelse af deres egne digitale færdigheder – alt sammen elementer, der er essentielle for det digitale demokratis tilstand.

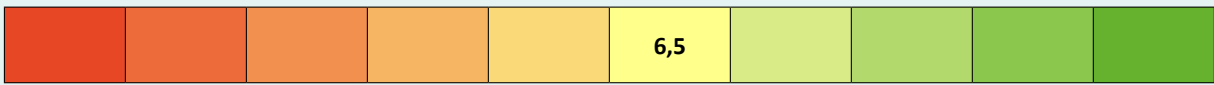
INDIKATORER		
Adgang til ...	Deltagelse i ...	Oplevelse af ...
Internettet Diverst indhold Misinformation	Internettet Sociale medier Spredning af misinformation Faktatjek	Udbredelsen af polarisering, ekkokamre og filterbobler Misinformation At kunne ytre sig frit Tillid til de sociale medier Egne digitale kompetencer

IV Der er i den eksisterende forskningslitteratur uenighed om udbredelsen af disse fænomener, særligt hvad angår filterbobler og ekkokamre <sup>[15]</sup>, <sup>[16]</sup>, <sup>[17]</sup>, <sup>[18]</sup>.

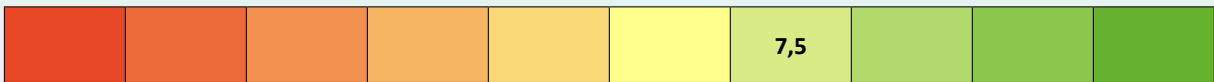


## Adgang til ... det digitale offentlige rum

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** internettet, *diverst indhold, misinformation*

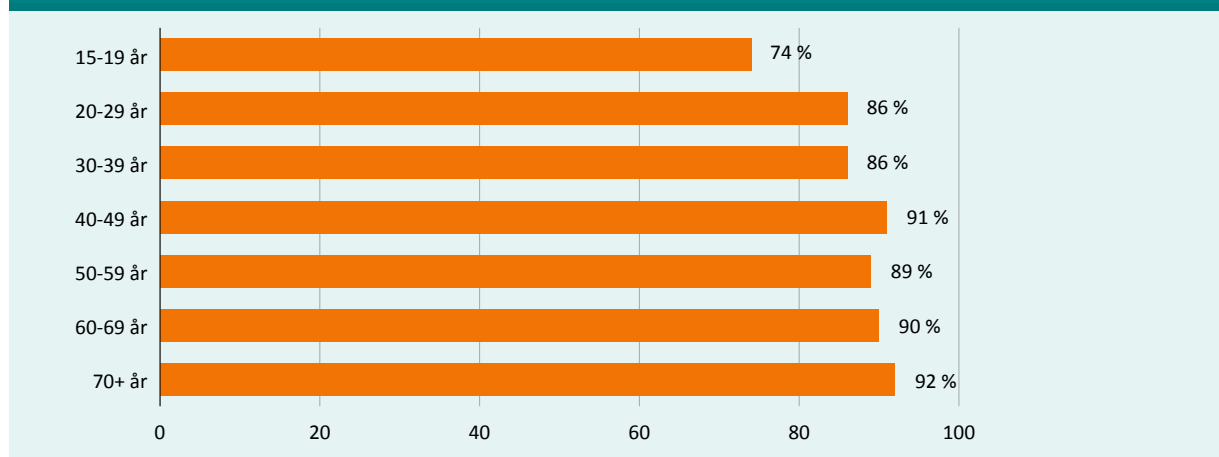
Indeksværdierne for både survey og digitale metoder er relativt høje for denne underdimension. Det viser, at danskerne har god adgang til internettet (8,5), samt at de møder diverst indhold, når de bruger de digitale platforme og sociale medier (survey: 7,3, digitale metoder: 6,1). For misinformation viser de to metoder forskellige resultater – 3,3 for surveyen og 8,8 for de digitale metoder. Respondenterne rapporterer altså at møde mere misinformation, end vi ser i den danske Facebook-offentlighed.

### Internettet

Den første indikator i denne dimension måler danskernes adgang til internettet. Her blev respondenterne i surveyen spurgt, om de har adgang til en stabil internetforbindelse. 88 % er helt eller delvist enige, hvilket giver en indeksværdi på **8,5**. Vi ser en forskel mellem respondenterne baseret på alder, hvor den generelle tendens er, at enighedsprocenten stiger med alderen (se figur 5).

På uddannelsesniveauer ser vi, at 80 % af respondenterne med en grund- eller folkeskoleuddannelse som højest gennemført uddannelse er helt eller delvist enige, mens det gælder for 88-90 % af respondenter med en videregående uddannelse (både erhvervsfaglige og universitetsuddannelser).

Figur 5: Jeg har altid en stabil internetforbindelse – "Helt/delvist enig"







## Diverst indhold

Dimensionens anden indikator fokuserer på diversiteten i det indhold, danskerne møder på de digitale platforme og sociale medier. I surveyen spurgte vi respondenterne, hvorvidt indholdet på deres digitale platforme og sociale medier afspejler mange forskellige synspunkter. Knap 65 % var helt eller delvist enige, mens ca. 9 % var helt eller delvist uenige. Samlet giver dette en indekssværdi på **7,3**.

Med de digitale metoder har vi målt den overordnede diversitet i de emner, der bliver skrevet om i den danske Facebook-offentlighed (6,9), hvorvidt emnerne fordeler sig nogenlunde ens på tværs af offentligheden (5,0), og om der er splittelse blandt dem, der engagerer sig i et emne (6,4). En samlet indekssværdi på **6,1** viser, at adgangen til diverst indhold kun er delvist givet i den danske Facebook-offentlighed. Det er særligt muligheden for at støde på mange forskellige emner, der trækker værdien op, hvorimod emnernes fordeling på tværs af offentligheden trækker værdien ned. Nogle grupper og sider har altså en tendens til at fokusere meget på nogle udvalgte emner og undgå andre.

## Misinformation

Endelig har vi undersøgt misinformation som en tredje indikator for adgangen til det digitale offentlige rum. I surveyen spurgte vi respondenter-

ne, om de ofte støder på indhold, der er misinformerende eller falsk, når de bruger de digitale platforme eller sociale medier. 64 % af respondenterne var helt eller delvist enige i, at de ofte støder på misinformerende eller falsk indhold, mens 10 % er helt eller delvist uenige. Danskerne rapporterer altså, at de støder på en del misinformation online, hvilket resulterer i en indekssværdi på **3,8**.

Vi har undersøgt dette fænomen yderligere via forskellige digitale metoder. Vores fokus har været på to ting: Først har vi undersøgt tilstedeværelsen af misinformerende indhold målt som unikke links til webkilder, der er kendt for at dele misinformation (se afsnit 4.2 for detaljer). Resultaterne af denne analyse gav en indekssværdi på 9,9, hvilket indikerer, at misinformation som udgangspunkt udgør en meget lille del i den samlede danske Facebook-offentlighed. Dernæst har vi undersøgt fordelingen af disse links på tværs af offentligheden. Undersøgelsen gav en indekssværdi på 7,7, hvilket betyder, at bestemte digitale miljøer er mere præget af misinformation end andre. I disse afgrænsede miljøer er det altså mere sandsynligt, at misinformation spiller en rolle for meningsdannelsen. Samlet gav de digitale metoder en indekssværdi for misinformation på **8,8**, hvilket indikerer en meget lav adgang til misinformerende indhold. Selvom danskerne i surveyen rapporterer, at de oplever at støde på meget indhold, som de tænker er misinformerende eller falsk, er andelen af misinformation på Facebook beskeden.

### Fokus: Danskernes brug af sociale medier

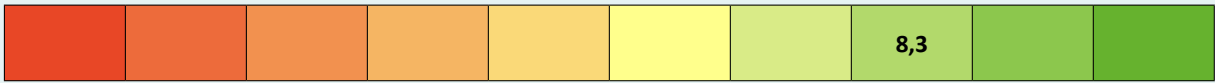
Vi kiggede i surveyen nærmere på danskernes brug af sociale medier ved at bede respondenterne angive, hvilke sociale medier de bruger. Resultaterne viser, at hele **87 %** af respondenterne bruger Facebook, mens Instagram kommer ind på en andenplads med **62 %**, efterfulgt af Snapchat med **46 %**, LinkedIn med **43 %** og YouTube med **39 %**.



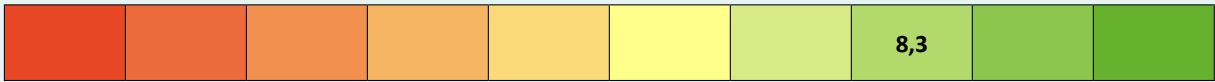


## Deltagelse i ... det digitale offentlige rum

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** internettet, sociale medier, *spredning af misinformation*, faktatjek

Indeksværdierne for både survey og digitale metoder er, ligesom for ”adgang til ...”, høje for denne underdimension. Det viser, at danskerne ofte bruger internettet (9,9) og de sociale medier (8,9) generelt. Derudover ser vi en høj værdi (dvs. lille frekvens) for udgivelse (9,3) og videregivelse (9,3) af misinformation for surveyen samt for udbredelse af misinformation med de digitale metoder (8,3). Værdien for faktatjek (6,0) er lidt lavere og er med til at trække den samlede indeksværdi for surveyen ned.

### Internettet

Ligesom det er vigtigt at vide noget om, hvorvidt danskerne har adgang til internettet, er det også vigtigt at vide, hvor ofte internettet benyttes.

Resultaterne fra surveyen viser, at 96 % af respondenterne bruger internettet ”dagligt”, og at lige over 88 % bruger internettet ”flere gange om dagen.” Samlet giver dette en indeksværdi på **9,9**.





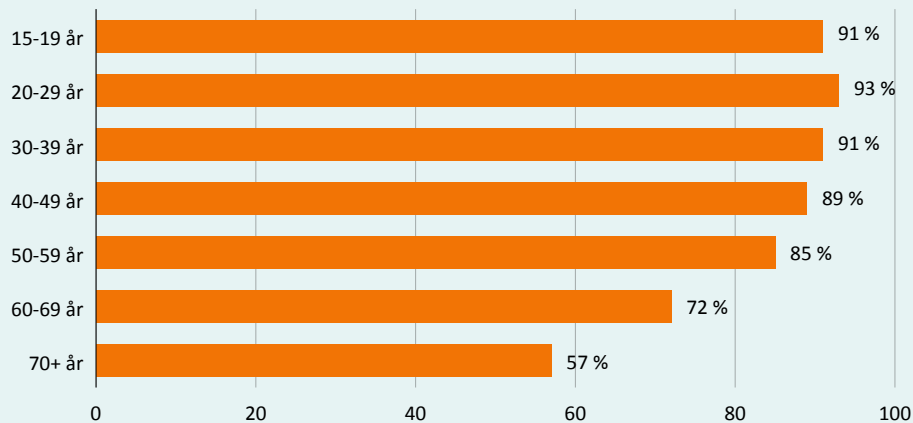
## Sociale medier

Her spurgte vi i surveyen respondenterne, hvor ofte de benytter de sociale medier til et hvilket som helst formål. 80 % bruger dem dagligt, mens 6 % aldrig bruger sociale medier. Det giver en samlet indekssværdi på **8,9**. Når vi ser nærmere på baggrundsinformationerne, kan vi se variationer på alder og køn. Generelt kan vi se, at jo yngre respondenterne er, jo højere er andelen, der bruger de sociale medier dagligt (figur 6). Særligt de to ældste aldersgrupper skiller sig ud, med 72 % for de 60-69-årige og blot 57 % for respondenter på 70+.

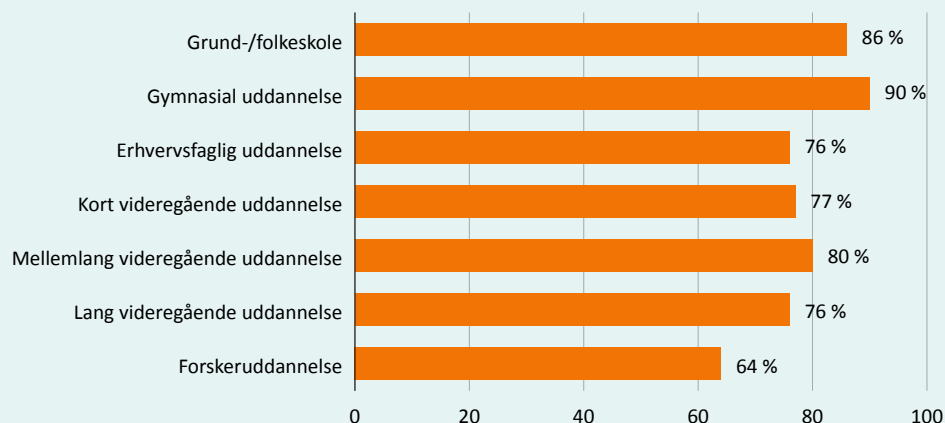
For uddannelse er resultaterne mere blandede (figur 7).

Respondenter med grund-, folkeskole- og gymnasieuddannelse, der bruger sociale medier dagligt, ligger højt med hhv. 86 % og 90 %. Derefter ser vi et fald til mellem 76 % og 80 % for de videregående uddannelser. Endelig skiller de forskeruddannede sig ud med blot 64 %. For køn kan vi ligeledes se en forskel, idet 85 % af de kvindelige respondenter bruger sociale medier dagligt, mens tallet er 75 % for de mandlige respondenter.

Figur 6: Hvor ofte benytter du sociale medier til et hvilket som helst formål? – Alder – "Dagligt"



Figur 7: Hvor ofte benytter du sociale medier til et hvilket som helst formål? – Uddannelse – "Dagligt"





## Spredning af misinformation

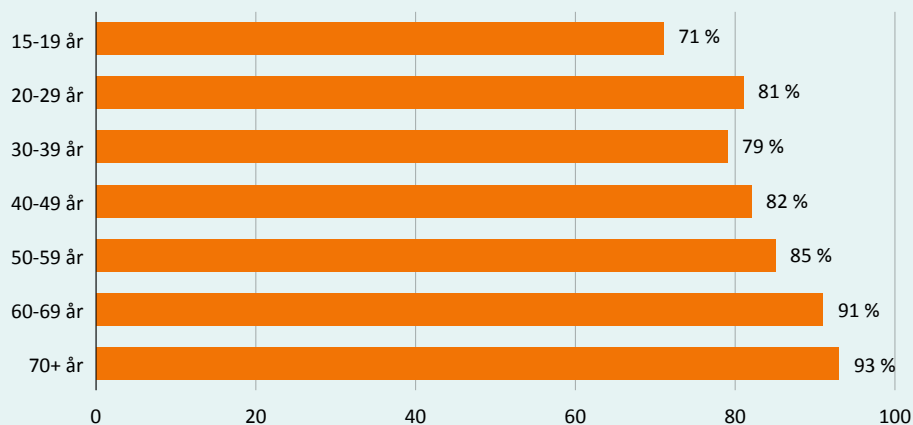
Vi undersøgte denne dimension med to spørgsmål i surveyen: Hvor ofte respondenterne *udgiver* indhold, de tænker kan være falsk eller misinformerende på de digitale platforme og sociale medier, og hvor ofte de *videredeler* falsk eller misinformerende indhold.

På *udgiver*-spørgsmålet svarer 85 %, at de aldrig udgiver falsk indhold, hvilket giver en indekssværdi på 9,3. Det generelle billede for aldersgrupperne er, at "aldrig"-procentdelen stiger med alderen. Særligt skiller den yngste aldersgruppe sig ud med 71 %, mens respondenterne på 60-69 år (91 %) og 70+ år (93 %) er mest sikre på, at de aldrig udgiver falsk indhold.

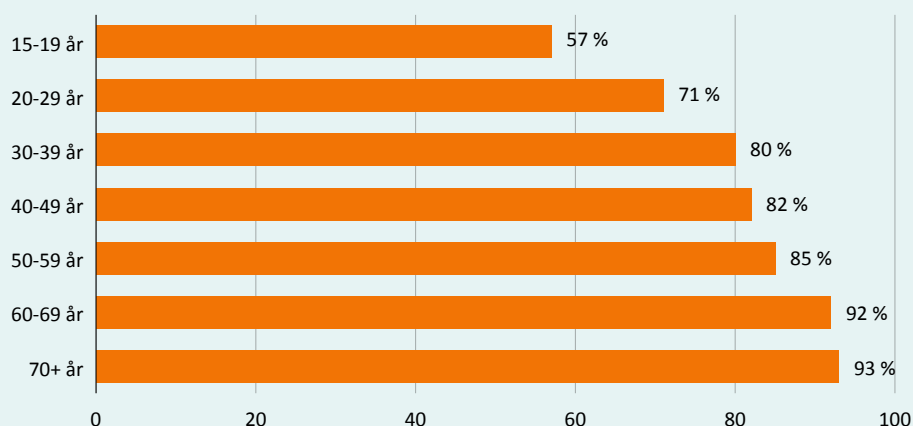
Også på uddannelse ser vi en forskel. 76 % af respondenterne, som har grund- eller folkeskole som længst gennemført uddannelse, svarer, at de aldrig udgiver falsk indhold, mens tallet er 95 % for de forskeruddannede. Uddannelse har således en positiv indvirkning på, hvordan man opfatter sin egen deltagelse i den offentlige debat.

På *videredeler*-spørgsmålet angiver 82 %, at de aldrig videredeler falsk eller misinformerende indhold, hvilket giver en indekssværdi på 9,3. Igen ser vi en tendens for aldersgrupperne, der minder om den, vi så ved "udgiver" (figur 9): Således angiver 57 % af de 15-19-årige, at de "aldrig" videredeler misinformation, mens tallet er hele 92-93 % for de to ældste aldersgrupper.

Figur 8: Hvor ofte udgiver du indhold, som du tænker kan være falsk eller misinformerende, på de digitale platforme og sociale medier? – Alder – "Aldrig"



Figur 9: Hvor ofte videredeler du indhold, som du tænker kan være falsk eller misinformerende, på de digitale platforme og sociale medier? – Alder – "Aldrig"





Uddannelse har ligeledes en betydning: 85-87 % med en universitetsuddannelse og 96 % med en forskeruddannelse svarer, at de aldrig videredeler falsk eller misinformende indhold, mens tallet for de grund- og folkeskoleuddannede er 66 %. Den samlede indekssværdi for surveyresultaterne vedrørende spredning af misinformation er **9,3**.

Vi har med forskellige digitale metoder set nærmere på deling af misinformation i den danske Facebook-offentlighed. Her viser resultaterne, at blot 1 % af de links, der deles, indeholder web-

kilder, der er kendte for at dele misinformation (9,9). Resultaterne er mere blandede, når vi undersøger balancen i fordelingen af link-delinger på tværs af Facebook-offentligheden (6,7). Dette indikerer, at nogle aktører er særligt flittige med hensyn til deling af links til misinformation. Den samlede indekssværdi for deltagelse i deling af misinformation er **8,3**. Dermed understøtter den fundne mængde af misinformation danskernes opfattelse af, at de ikke producerer og deler den.

### Fokus: Hvor ser vi misinformationsdelingerne?

I undersøgelsesperioden er det særligt grupper med erklærede pro-palæstinensiske og pro-israelske holdninger samt grupper, der implicit eller eksplicit støtter Putin-regimet i Rusland eller udtaler udpræget kritik af NATO eller USA, der viser en høj andel af misinformationsdelinger. Dette er i overensstemmelse med, at de to mest højspændte politiske emner i undersøgelsesperioden var Ukraine og Gaza/Israel, som begge er af udenrigspolitisk karakter. Vi ser nemlig i vores undersøgelse, at posts med emnet "udenrigspolitik" havde en fire gange højere andel af misinformation end gennemsnittet. Dette vidner om, at politiske diskussioner med en høj grad af polarisering er særligt sårbare over for misinformation.



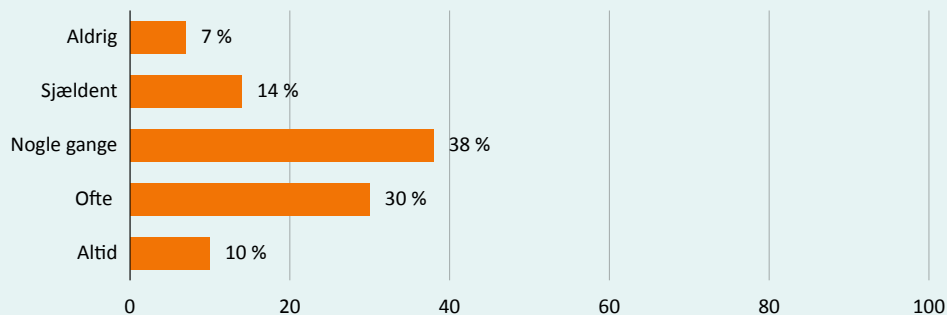


## Faktatjek

Den fjerde og sidste indikator fokuserer på faktatjek. I surveyen spurgte vi respondenterne, hvor ofte de tjekker andre kilder, når de støder på digitalt indhold, de tænker er falsk eller misinformerende. Resultaterne kan ses i figur 10 og giver en samlet indekssværdi på **6,0**.

Vi ser her en forskel mellem kønnene, idet 63 % af de kvindelige respondenter faktatjekker "altid" eller "ofte", mens tallet er 56 % for de mandlige respondenter.

Figur 10: Hvor ofte tjekker du andre kilder, når du støder på digitalt indhold, du tænker er falsk eller misinformerende?



## Fokus: Digital disconnection

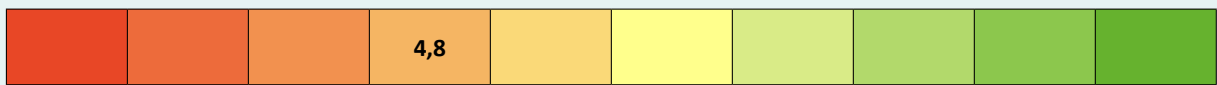
Det har i de seneste år været et emne i den offentlige debat, at flere danskere forsøger at "disconnecte" fra særligt de sociale medier – altså at de bruger dem mindre eller helt sletter dem. Vi har derfor spurgt respondenterne i surveyen, hvor ofte de bevidst forsøger at minimere deres brug af digitale platforme og sociale medier.

Svarene viste, at det for **26 %** af respondenterne er noget, de gør dagligt, mens **21 %** gør det ugentligt. Næsten halvdelen af respondenterne forsøger altså at "disconnecte" relativt ofte. Samtidig ser vi dog også, at **26 %** svarer "Aldrig", mens **19 %** bevidst forsøger at minimere deres forbrug "Sjældnere" end månedligt.



## Oplevelse af ... det digitale offentlige rum

### Survey



**Indikatorer:** udbredelsen af polarisering, ekkokamre og filterbobler, misinformation, at kunne ytre sig frit, tillid til de sociale medier, egne digitale kompetencer

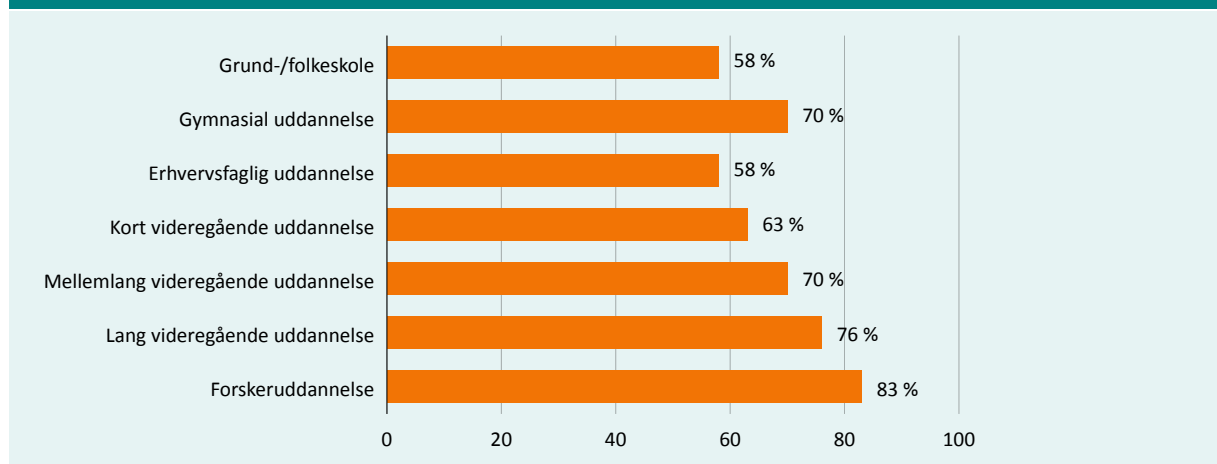
Selvom både adgangen til og deltagelsen i det digitale offentlige rum har høje indekssværdier, smitter det ikke af på oplevelsen. Indekssværdierne er lave for både udbredelse af polarisering, ekkokamre og filterbobler (3,8) og misinformation (3,1). Også tilliden til de digitale platforme og sociale medier er lav (4,0). Danskerne har altså en negativ oplevelse af onlineindhold. Lidt bedre ser det ud for muligheden for at ytre sig frit (6,2) og for respondenternes tillid til egne digitale kompetencer (6,7). Samlet set ligger indekssværdien for oplevelsen af det digitale offentlige rum dog markant lavere end både adgangen og deltagelsen.

### Udbredelse af polarisering, ekkokamre og filterbobler

Disse emner dækkes af tre forskellige spørgsmål i surveyen. Det første spørger, hvorvidt man primært ser indhold, der *stemmer overens med ens egne holdninger*. 67 % er helt eller delvist enige, mens 7 % er helt eller delvist uenige, hvilket

giver en indekssværdi på 3,7. Ser vi nærmere på baggrundsinformationerne, varierer svarene med uddannelse. Resultaterne kan ses i figur 11, hvor den overordnede tendens er, at højere uddannelse leder til større enighed.

**Figur 11: De digitale platforme og sociale mediers algoritmer gør, at folk primært får vist indhold, der stemmer overens med deres egne holdninger. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





Dernæst spurgte vi, om brugen af digitale platforme og sociale medier *fører til øget politisk splittelse*. 54 % er helt eller delvist enige, mens 8 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på 4,1. Her ser vi en forskel mellem aldersgrupperne, men ikke et tydeligt mønster (figur 12).

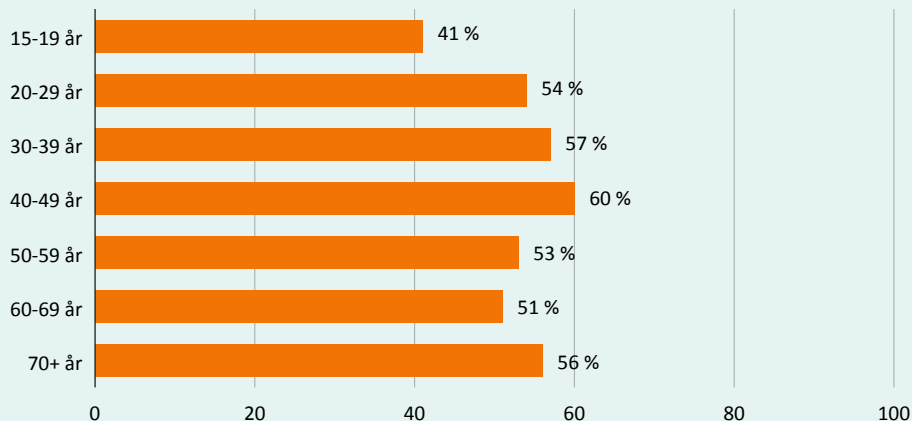
Vi ser dog, at den yngste gruppe (15-19 år) har den laveste enighedsprocent med 41 %, mens gruppen af 40-49-årige har den højeste med 60 % helt eller delvist enige. De resterende grupper ligger mere ens mellem 51 og 56 %.

Ligeledes ser vi, at der er forskel mellem kønnene. 47 % af de kvindelige respondenter er helt eller delvist enige, mens tallet er 61 % for de mandlige respondenter. Også med hensyn til uddannelse ser vi forskelle (se figur 13). Den generelle tendens er, at enigheden stiger med uddannelseslængden.

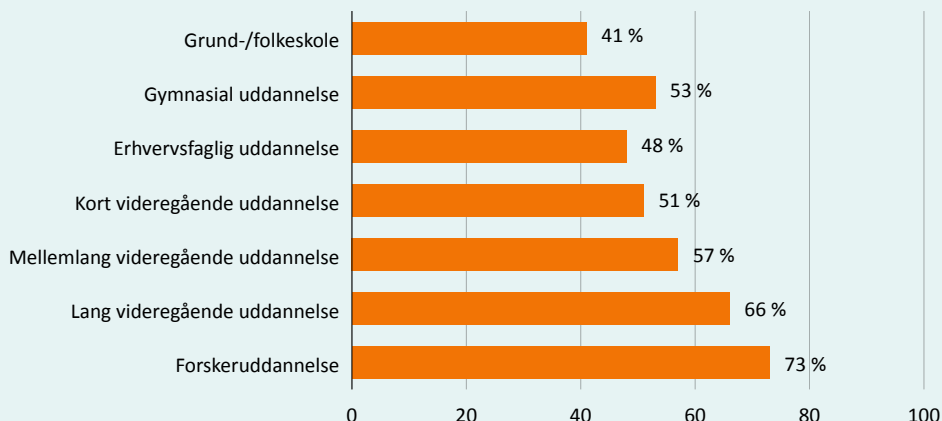
Endelig spurgte vi, om brugen af de sociale medier og digitale platforme *forstærker folks allerede eksisterende holdninger og overbevisninger*. Her svarer 70 %, at de er helt eller delvist enige, og vi ser igen et tydeligt mønster med hensyn til uddannelse, hvor enigheden stiger med uddannelsesniveaue: fra 60 % for grund- og folkeskoleuddannede til 82 % for forskeruddannede. Den samlede indekssværdi for dette spørgsmål er 3,5.

Svarene på disse tre spørgsmål indikerer, at respondenterne er kritiske over for de sociale medier og digitale platforme, når det gælder udbredelsen af polarisering, ekkokamre og filterbobler. Det afspejles i en indekssværdi for oplevelsen af udbredelse af polarisering, ekkokamre og filterbobler på blot **3,8**.

**Figur 12: Brugen af de digitale platforme og sociale medier fører til øget politisk splittelse. – Alder – "Helt/delvist enig"**



**Figur 13: Brugen af de digitale platforme og sociale medier fører til øget politisk splittelse. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





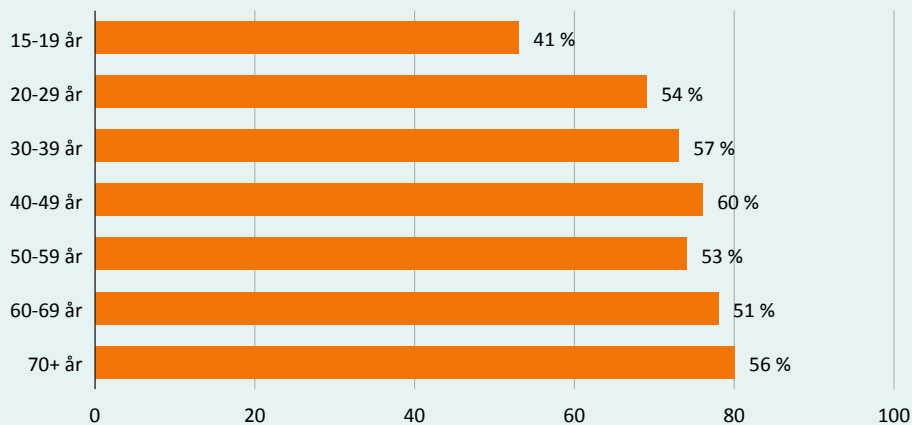


## Misinformation

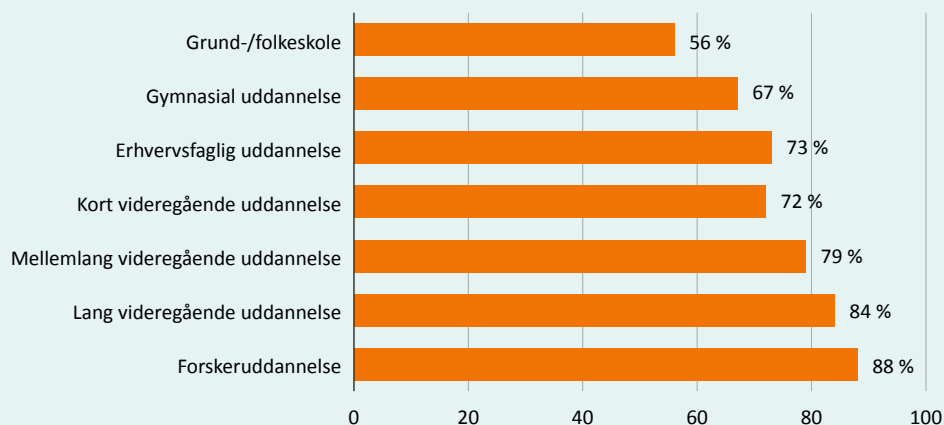
For denne indikator spurgte vi respondenterne, om misinformation på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. 74 % svarer, at de er helt eller delvist enige, hvilket giver en indekssværdi på **3,1**. Vi ser også her en stigende tendens for både alder og uddannelsesniveau (figur 14 og 15):

Ligeledes er der forskel mellem kønnene, idet 70 % af de kvindelige respondenter er helt eller delvist enige, mens det gælder for 77 % af de mandlige respondenter.

**Figur 14: Misinformation på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. – Alder – "Helt/delvist enig"**



**Figur 15: Misinformation på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





## At kunne ytre sig frit

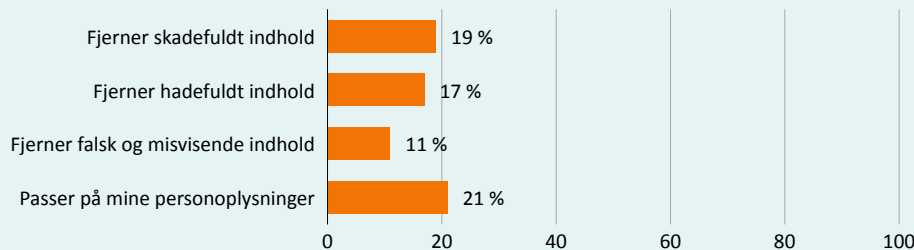
Den tredje indikator omhandler, hvorvidt respondenterne kan ytre sig frit på de digitale platforme og sociale medier. 49 % er helt eller delvist enige, hvilket giver en samlet indekssværdi på **6,2**. Her ser vi igen en forskel mellem kønnene: 53 % af de mandlige respondenter er helt eller delvist enige, mens det gælder for 46 % af de kvindelige respondenter. Alder og uddannelse viser ingen signifikante udsving for denne indikator.

## Tillid til de digitale platforme og sociale medier

Endelig har vi stillet en række spørgsmål, der skal afdække respondenternes tillid til de sociale medier og digitale platforme. Figur 16 nedenfor viser en oversigt over spørgsmål og svar.

Vi spurgte derudover respondenterne, om de er bekymrede for, om de bliver overvåget, når de benytter de digitale platforme og sociale medier. 54 % var helt eller delvist enige, hvilket giver en indekssværdi på 4,4 for dette spørgsmål. Der tegner sig et entydigt billede af relativt lav tillid til de sociale medier, og den samlede indekssværdi for denne indikator er **4,0**.

Figur 16: Jeg har tillid til, at de digitale platforme og sociale medier ... –"Helt/delvist enig"



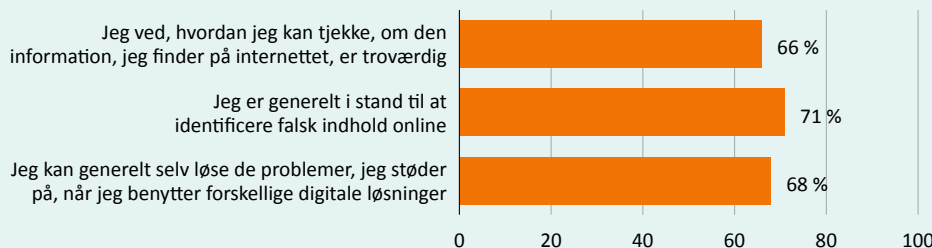
## Egne digitale kompetencer

Den sidste indikator omhandler respondenternes egne digitale kompetencer. Her har vi stillet følgende spørgsmål (figur 17):

Generelt viser svarene, at størstedelen af respondenterne er helt eller delvist enige i, at de selv kan løse problemer, identificere falsk indhold samt tjekke, om den information, de møder online, er troværdig. Indekssværdien for disse tre spørgsmål er 7,2.

Endelig har vi spurgt respondenterne, om de har tilstrækkelig viden om, hvordan de digitale platforme og sociale medier håndterer data om dem. 28 % er helt eller delvist enige, og resultatet her adskiller sig således fra de resultater, vi ser i figur 17 ovenfor. Indekssværdien for dette spørgsmål er 5,1, hvilket giver en samlet indekssværdi for "egne digitale kompetencer" på **6,7**.

Figur 17: Egne digitale kompetencer – "Helt/delvist enig"





## 5.2 Digitale nyhedsmedier

I indeksets anden dimension fokuserer vi på digitaliseringen af nyhedsmedierne – mere specifikt borgernes digitale nyhedsforbrug. Nyhedsmedierne har traditionelt spillet en central rolle i demokratiet som ”den fjerde statsmagt” og ”demokratiets vagthund”. De fungerer som bindeled mellem borgere og politikere og har gennem tiden haft stor indflydelse på, hvilke emner der får opmærksomhed. Det er derfor vigtigt at undersøge danskernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af de digitale nyhedsmedier som en del af kortlægningen af det danske digitale demokrati.

Før digitaliseringen var nyhedsmedierne den primære arena for offentlig debat og bestemte, hvem der fx blev interviewet i tv-avisen og fik sine debatindlæg i avisen <sup>[19]</sup>. I dag foregår en stor del af den demokratiske samtale online, og vi har med

internettet fået nærmest ubegrænset adgang til information. Forskning viser, at især unge mennesker i dag i høj grad får deres nyheder via sociale medier og andre digitale platforme frem for gennem de traditionelle nyhedsmedier <sup>[2]</sup>, <sup>[4]</sup>. Medielandskabet er dermed blevet udvidet markant, og nyhedsmedierne har gennemgået en omfattende digitalisering for at følge med denne udvikling.

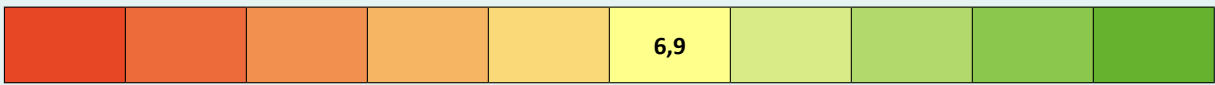
Denne dimension dækker over mål for danskernes brug af online-nyheder på fx sociale medier, mængden af ”fake news”, diversitet i nyhedsindholdet samt tilliden til det digitale nyhedsindhold.

INDIKATORER		
Adgang til ...	Deltagelse i ...	Oplevelse af ...
Danske nyhedsmedier	Nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler	Digitalt nyhedsindhold
Diversit nyhedsindhold	Nyhedsindhold gennem sociale medier	Personalisering
Nyhedsindhold bag betalingsmure	Interaktion med nyhedsindhold	Fake news
Fake news	Nyhedsundgåelse	Diversitet i nyhedsindhold
		Tillid til digitalt nyhedsindhold

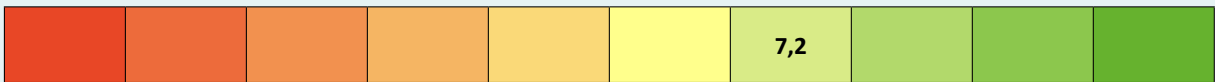


## Adgang til ... digitale nyhedsmedier

### Survey



### Digitale metoder



### Indikatorer: danske nyhedsmedier, diversit nyhedsindhold, fake news

Indeksværdierne for denne underdimension ligger begge relativt højt. For adgangen til de danske digitale nyhedsmedier kan vi se, at en stor andel i surveyen har nemt ved at finde nyhedsindhold online (8,4), og de digitale metoder viser, at nyhedsmedierne er bredt til stede på de sociale medier (7,8). Værdierne for diversitet i nyhedsindhold er lidt lavere (7,1/6,5), mens fake news med en værdi på 5,1 for surveyen er med til at trække den samlede indeksværdi ned. Igen ser vi altså, at adgangen er god, men at respondenterne har en mindre positiv opfattelse af det indhold, de har adgang til.

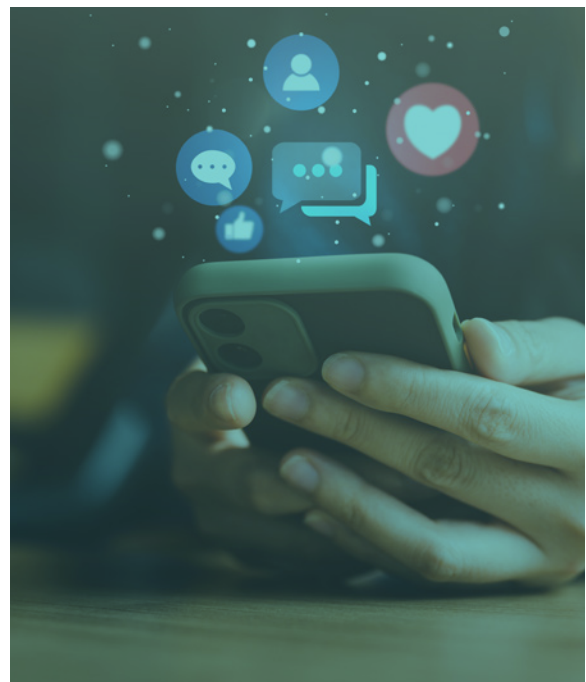
### Danske nyhedsmedier

For at afdække danskernes digitale adgang til de danske nyhedsmedier har vi i surveyen spurgt, hvor nemt det er at finde indhold fra danske nyhedsmedier online. 85 % svarer, at de er helt eller delvist enige i, at dette er nemt. Ser vi på uddannelsesniveau, svarer 77 % med en grund- eller folkeskoleuddannelse, at de er helt eller delvist enige, mens tallet er 89 % for forskeruddannede. Generelt ligger de grund- og folkeskoleuddannede lavt sammenlignet med de øvrige uddannelsesgrupper, som alle ligger mellem 83 og 89 % helt eller delvist enige. For surveyresultaterne giver dette en indeksværdi på **8,4**.

Med de digitale metoder har vi målt, hvorvidt borgerne har mulighed for at komme i kontakt med journalistisk produceret indhold på de sociale medier. Her dækker indikatoren over andelen af etablerede danske nyhedsmedier, der har en profil på mindst tre sociale medier og dermed er tilgængelige for forskellige publikumssegmenter. Andelen af nyhedsmedier med profiler på mindst tre sociale medier er 78 %, hvilket giver en indeksværdi på **7,8**. De fleste nyhedsmedier er til stede på Facebook, mens mange også har en side på Instagram og/eller X. Også LinkedIn bruges en del.

### Diversit nyhedsindhold

I surveyen bad vi respondenterne angive, om det danske nyhedsindhold, de møder online, afspejler mange forskellige holdninger og synspunkter. 64 % var helt eller delvist enige, mens 9 % var helt eller delvist uenige, hvilket giver en indeksværdi





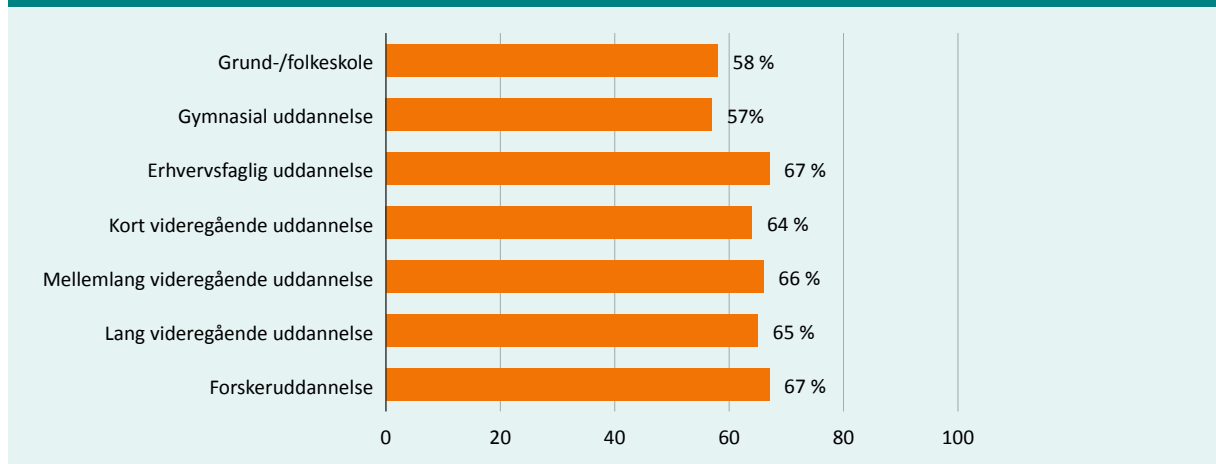
på **7,1**. 67 % af de mandlige respondenter er helt eller delvist enige, mens tallet for de kvindelige respondenter er 61 %. Derudover ser vi en forskel med hensyn til uddannelse (figur 18), hvor tendensen generelt er, at enigheden stiger i takt med uddannelsesniveau.

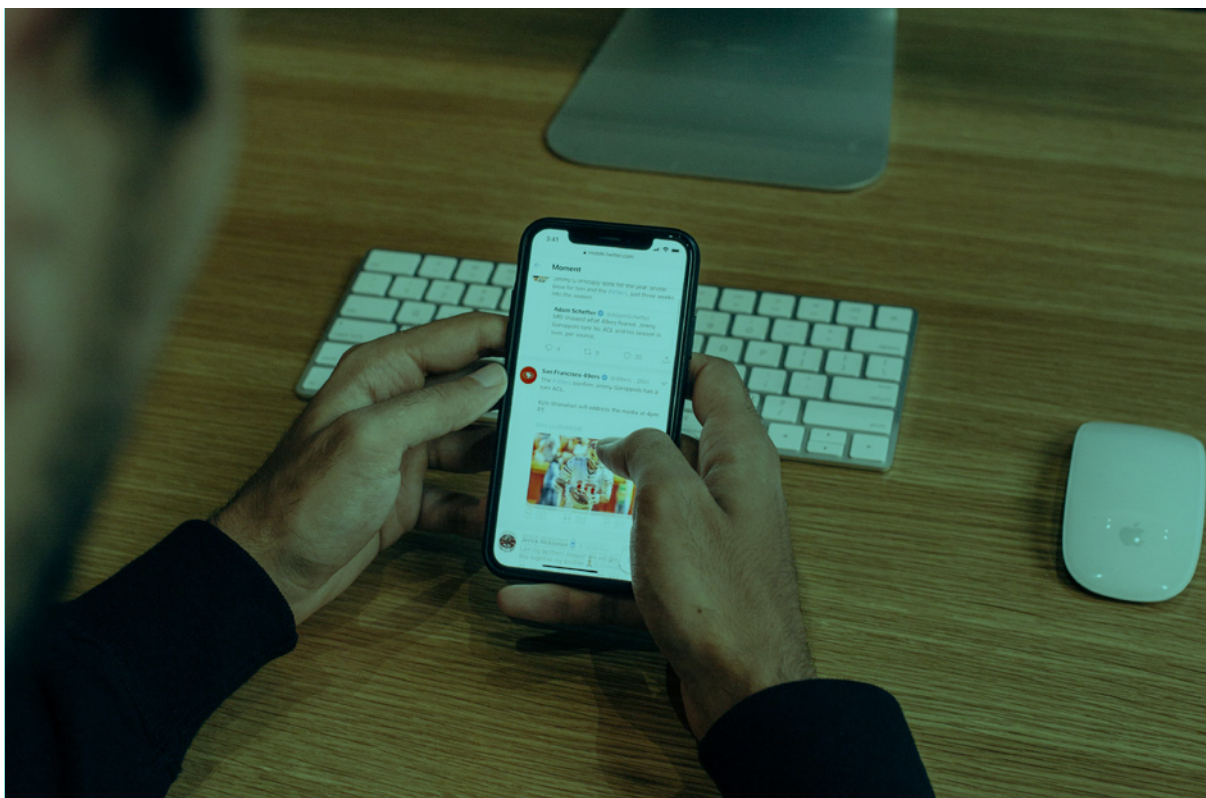
Med de digitale metoder har vi målt adgangen til diversitetsindhold ved at opspore alle opslag, der deler links til danske nyhedsmedier på tværs af offentlige grupper og sider og derudfra vurderet diversiteten i det nyhedsindhold, der deles. Indikatoren er konstrueret på samme måde som ved målingen af diversitetsindhold i det digitale offentlige rum generelt, nemlig ud fra tre faktorer: 1) overordnet emnediversitet (indeksværdi: 6,8), 2) emnediversitet på tværs af offentligheden (indeksværdi: 5,5), og 3) polarisering i diskussionen af emner (indeksværdi: 7,1). Den samlede indeksværdi ligger på **6,5** og dermed lige over den generelle indholdsdiversitet i det digitale rum (6,1).

## Fake news

Endelig har vi i surveyen spurgt, om respondenterne ofte støder på falsk nyhedsindhold, når de benytter de digitale platforme og sociale medier. Her er 33 % af respondenterne helt eller delvist enige, mens 20 % er helt eller delvist uenige. Sammenligner vi med misinformation fra "det digitale offentlige rum," er billedet således mere positivt. 64 % svarede, at de var helt eller delvist enige i, at de støder på misinformation generelt, og sammenholdt med "fake news" indikerer dette, at det misinformerende indhold består af andet end blot fake news. Indeksværdien er dog stadig ret lav – **5,1** – og trækker således den samlede indeksværdi for "adgang til digitale nyhedsmedier" ned.

**Figur 18: Det danske nyhedsindhold, jeg møder online, afspejler mange forskellige holdninger og synspunkter. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





### Fokus: Abonnement på nyhedsindhold

I surveyen spurgte vi respondenterne, om de i øjeblikket abonnerer på et eller flere nyhedsmedier. Hele **69 %** svarede "Nej", mens **19 %** abonnerede på ét nyhedsmedie og **12 %** på flere nyhedsmedier.

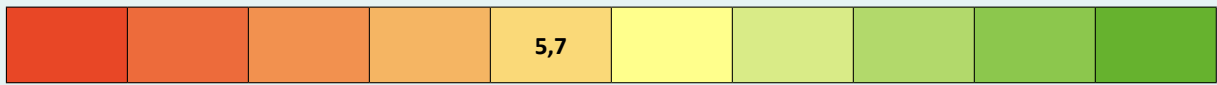
Vi ser her en overordnet sammenhæng mellem alder og sandsynligheden for, at man abonnerer på et eller flere nyhedsmedier. **18-19 %** af respondenterne under 40 år svarer "Ja", mens tallet er **21 %** for de 40-49-årige, **26 %** for de 50-59-årige, **38 %** for de 60-69-årige – og hele **57 %** for respondenter på 70 år og derover.

Også med hensyn til uddannelse er der forskel. **18 %** af respondenterne med grund- eller folkeskole som højest gennemført uddannelse svarer "Ja", mens tallet er **22 %** for gymnasialt uddannede, **24 %** for kort videreuddannede og **36 %** for mellemlangt videreuddannede. Endelig abonnerer **48 %** af respondenterne med en lang videregående uddannelse på et eller flere nyhedsmedier, mens tallet er hele **67 %** for respondenter med en forskeruddannelse.

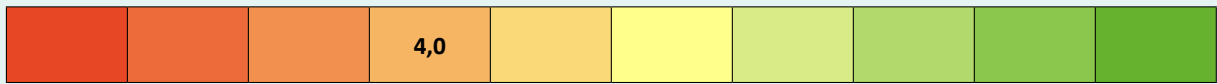


## Deltagelse i ... digitale nyhedsmedier

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler, nyhedsindhold gennem sociale medier, *interaktion med nyhedsindhold*

For deltagelse i digitale nyhedsmedier ser vi en del forskelle mellem de to metoders indekssværdier. Hvor indekssværdierne for surveyen på nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler (7,7) og sociale medier (6,2) begge er relativt høje, er indekssværdierne for interaktion med nyhedsindhold lave for både digitale metoder (4,0) og survey (3,3). Samlet set ser vi, at respondenterne bruger de digitale nyhedsmediers kanaler, men at de ikke interagerer med indholdet.

### Nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler

I surveyen spurgte vi, hvor ofte respondenterne benytter de danske nyhedsmediers egne apps eller hjemmesider som nyhedskilde. 54 % svarer, at de bruger disse "dagligt", mens 9 % svarer "aldrig". Ser vi på baggrundsinformationerne, ses en tendens, hvor forbruget af nyhedsindhold gennem mediernes egne kanaler stiger med alderen (figur 19):

Også mellem kønnene ser vi en forskel: 61 % af de mandlige respondenter svarer "dagligt", mens tallet er 47 % for de kvindelige respondenter. Endelig ser vi en overordnet tendens til, at respondenter med længere uddannelser bruger nyhedsmediernes hjemmesider og apps oftere end respondenter med korte uddannelser (figur 20). Samlet set giver dette en indekssværdi på 7,7, hvilket er det højeste surveyresultat for denne underdimension.

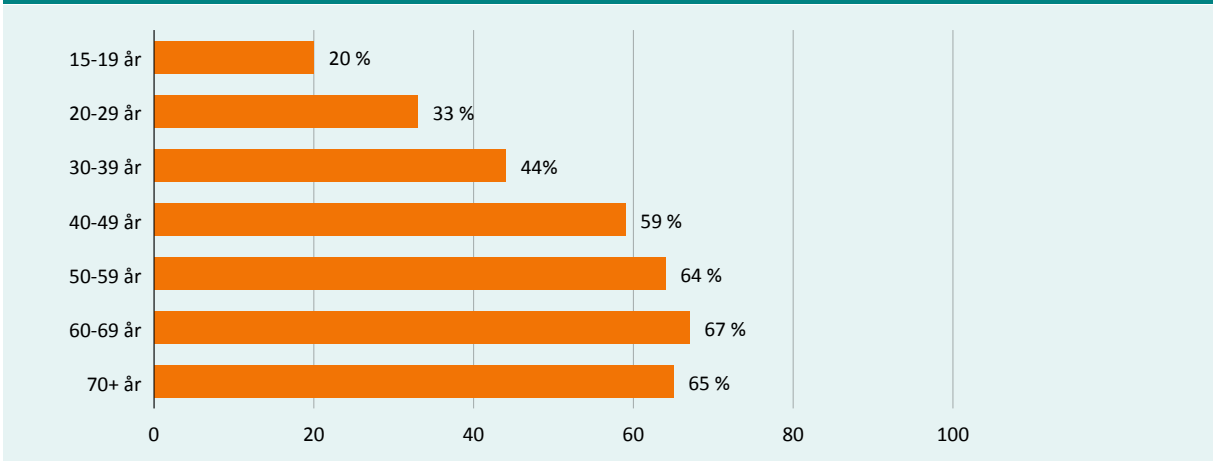
### Nyhedsindhold gennem sociale medier

Vi har i surveyen spurgt, hvor ofte respondenterne benytter sociale medier som nyhedskilde. Her svarer 34 % dagligt, mens 20 % svarer aldrig, hvilket giver en indekssværdi på 6,2. Her ser vi et gennemgående mønster for alder, hvor brugen af sociale medier som nyhedskilde dagligt/ugentligt falder procentvist med alderen (figur 21).

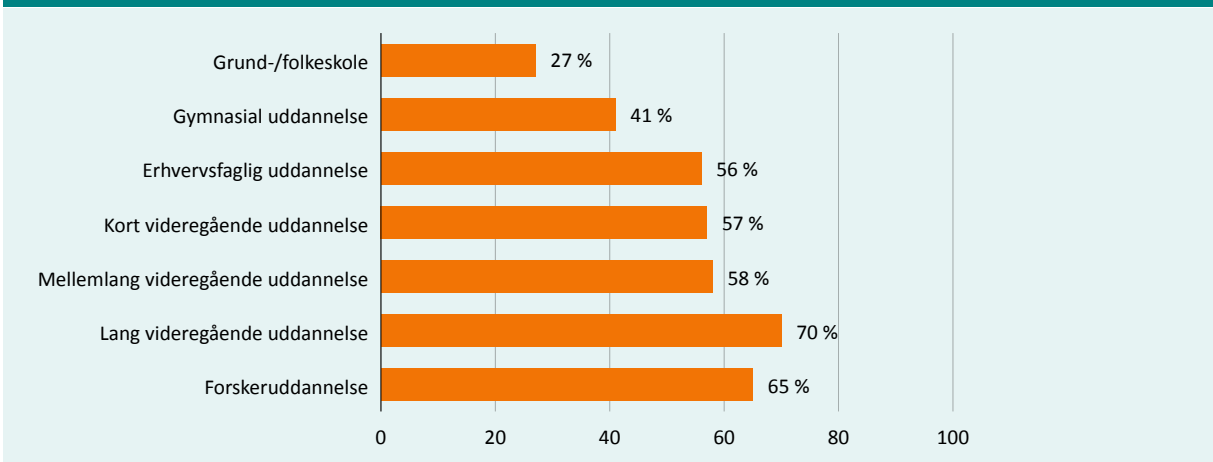
Dette stemmer overens med det mønster, vi tidligere så for generel brug af sociale medier.



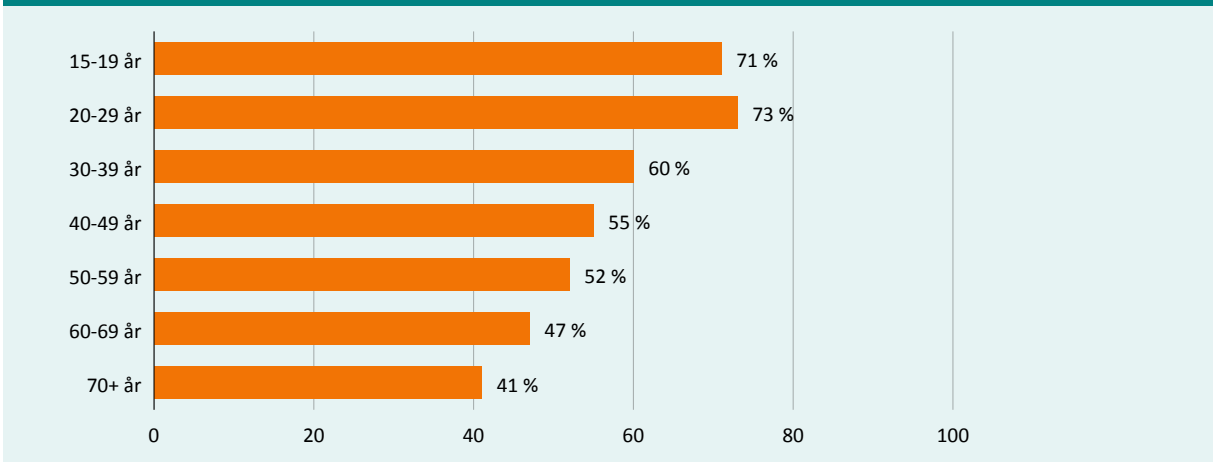
**Figur 19: Hvor ofte benytter du danske nyhedsmediers egne apps eller hjemmesider som nyhedskilde? – Alder – "Dagligt"**



**Figur 20: Hvor ofte benytter du danske nyhedsmediers egne apps eller hjemmesider som nyhedskilde? – Uddannelse – "Dagligt"**



**Figur 21: Hvor ofte benytter du sociale medier som nyhedskilde? – Alder – "Dagligt"**







## Fokus: Nyhedsundgåelse

I de første to indikatorer har vi fokuseret på, hvor ofte danskerne opsøger nyheder gennem nyhedsmediernes hjemmesider, apps og sociale medier. Vi ser dog også, at nogle danskere bevidst forsøger at undgå nyhedsindhold, blandt andet fordi det har en negativ indvirkning på deres humør (se mere i "oplevelse af nyhedsmediernes" nedenfor). Vi har derfor i surveyen spurgt respondenterne, hvor ofte de bevidst forsøger at undgå nyhedsindhold online.

Resultaterne viser, at **11 %** af respondenterne dagligt forsøger at undgå nyhedsindhold, **13 %** gør det på ugentlig basis, og **7 %** gør det månedligt. **25 %** af respondenterne gør det "sjældnere," mens hele **44 %** "aldrig" forsøger at undgå nyhedsindhold online.

### Interaktion med nyhedsindhold

For at få en dybere forståelse af, hvordan danskerne anvender de sociale medier som nyhedskilder, spurgte vi i surveyen, hvor ofte de interagerer med nyhedsindhold online, fx ved at tilføje kommentarer på nyhedsmediernes egne hjemmesider eller ved at like, dele eller kommentere på de sociale medier. 48 % af respondenterne svarer, at de "aldrig" interagerer med nyhedsindhold, mens 7 % svarer "dagligt". Dette resulterer i en indekssværdi på **3,3** – altså markant lavere end for de andre surveyresultater i denne underdimension.

Vi har ligeledes set på danskernes interaktion med nyhedsindhold på sociale medier via de digitale metoder. Her afspejler indikatoren, i hvor høj grad brugere interagerer med (liker, kommenterer og deler) posts, som nyhedsmediernes lægger op på deres egne Facebook-sider. For at finde indekssværdien sammenholder vi den gennemsnitlige mængde interaktioner med sandsynligheden for, at et vilkårligt opslag modtager en bestemt mængde interaktioner på tværs af hele den danske Facebook-offentlighed. Balancen i deltagelse beregnes ved at afprøve, om der er en jævn og konsistent interaktion med nyhedsindholdet – frem for at gennemsnittet holdes højt af enkelte sensationelle nyhedshistorier. Med en indekssværdi på 3,6 er niveauet for brugernes interaktion med nyhedsindhold på sociale medier relativt lavt. Interaktionen er samtidig meget ensidigt koncentreret på enkelte "virale" opslag, hvilket resulterer i en indekssværdi på blot 3,2. Dette betyder, at sammenlignet med andre typer indhold på Facebook ligger nyhedsmediernes opslag under gennemsnittet, når det gælder antallet af interaktioner.

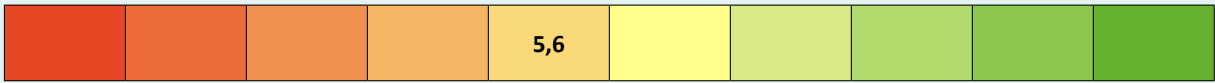
Vi har med de digitale metoder også målt, hvordan brugerne på Facebook selv er med til at distribuere indhold produceret af danske nyhedsmedier. Her måler vi interaktionen med nyheder delt af offentlige sider og grupper, der ikke indbefatter nyhedsmediernes egne profiler. Igen ser vi en lav indekssværdi – 3,0 – men med en mere balanceret fordeling med en indekssværdi på 6,3. Dette bekræfter igen, at brugerne relativt set interagerer mindre med nyhedsstof end med andre typer af indhold på sociale medier. Dog er interaktionen med nyhedsopslag mere jævnt og konsistent fordelt, når vi ikke alene ser på nyhedsmediernes egne Facebook-sider, men tager udgangspunkt i alle opslag med links til nyhedsmedier, som er blevet publiceret i den danske Facebook-offentlighed.

Samlet ligger indekssværdien for interaktion med nyhedsindhold på sociale medier målt gennem digitale metoder på **4,0**.



## Oplevelse af ... digitale nyhedsmedier

### Survey



**Indikatorer:** digitalt nyhedsindhold, fake news, diversitet i nyhedsindhold, tillid til digitalt nyhedsindhold

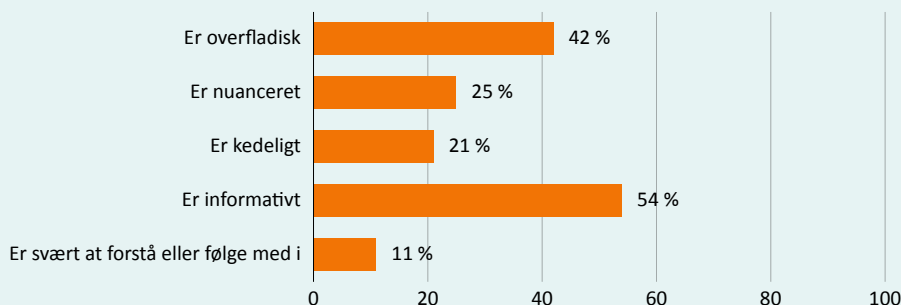
For oplevelse af digitale nyhedsmedier ser vi, at respondenterne, ligesom med det generelle indhold online, er skeptiske. Særligt for fake news (3,3) ligger værdien lavt, mens diversiteten i det digitale nyhedsindhold (5,6) og respondenternes holdning til selve indholdet (5,9) ligger lidt højere. Den samlede værdi trækkes op af tilliden til det digitale nyhedsindhold, der med 6,4 er underdimensionens højeste. Generelt kan vi dog se, at oplevelsen og deltagelsen i de digitale nyhedsmedier ikke lever op til det potentiale, som den høje adgang skaber.

### Digitalt nyhedsindhold

For at få et indtryk af, hvad danskerne mener om det digitale nyhedsindhold, har vi spurgt respondenterne om deres holdning til det indhold, de møder på de digitale platforme og sociale medier (figur 22).

Den samlede indeksværdi for disse fem spørgsmål er **5,9**.

**Figur 22: Det nyhedsindhold, jeg møder på de digitale platforme og sociale medier ... – "Helt/delvist enig"**



### Fokus: Har nyhedsindholdet en negativ indvirkning på humøret?

Vi har i surveyen spurgt, hvorvidt nyhedsindholdet har en negativ indvirkning på respondenternes humør. **30 %** angiver, at de er helt eller delvist enige i dette, mens **27 %** er helt eller delvist uenige.



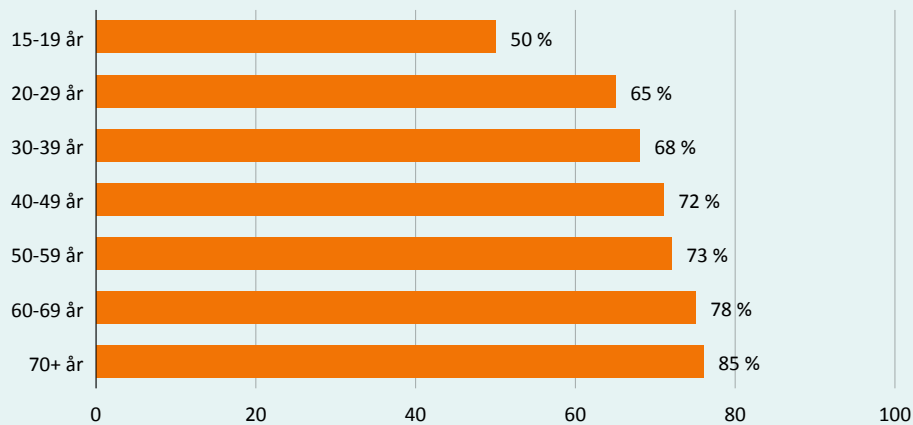
## Fake news

For at bygge videre på den information om udbredelse af fake news, vi fik via undersøgelsen af "adgang til," har vi spurgt respondenterne, om falsk nyhedsindhold på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. 70 % er helt eller delvist enige, mens 7 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en samlet indeksværdi på **3,3**. Vi ser nogle påfaldende forskelle, når vi kigger nærmere på respondenternes alder (figur 23) og uddannelsesniveau (figur 24).

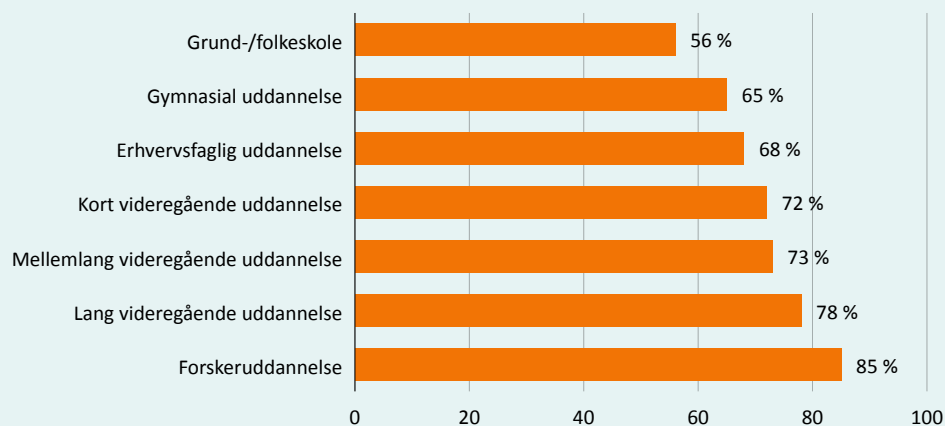
For aldersgrupperne er der ikke signifikant forskel på de midterste grupper, men det er der på de yngste og ældste respondenter. Således indikerer 50 % af respondenterne på 15-19 år, at de er helt eller delvist enige, mens det gælder for 75-76 % af respondenterne på 60+. Generelt ser vi en tydelig forskel på den yngste generation og de øvrige aldersgrupper. Opfattelsen af, at falsk nyhedsindhold udgør et stort demokratisk problem, ser således ud til at stige med respondenternes alder.

Med hensyn til uddannelse ser vi en tilsvarende generel stigning i enighedsprocenten med længden af uddannelse.

**Figur 23: Falsk nyhedsindhold på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. – Alder – "Helt/delvist enig"**



**Figur 24: Falsk nyhedsindhold på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**



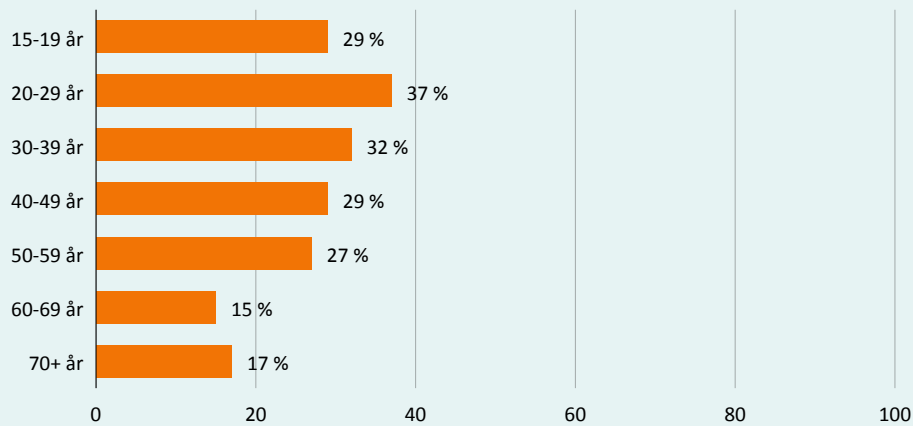


## Diversitet i nyhedsindhold

For at få yderligere informationer om respondenternes oplevelse af diversitet i nyhedsindhold, spurgte vi dem, om de har en oplevelse af, at folk som dem repræsenteres i det digitale nyhedsindhold. 26 % er helt eller delvist enige, mens 55 % svarer "hverken/eller", hvilket tyder på en vis usikkerhed blandt respondenterne. Dette resulterer i en indekssværdi på **5,6**. Igen ser vi nogle tydelige forskelle på aldersgrupperne (figur 25).

Mens de fleste aldersgrupper ikke skiller sig signifikant ud fra hinanden, ser vi en tydelig, signifikant forskel mellem respondenterne på 60+ år og de øvrige grupper. Sammenholder vi dette med resultaterne for deltagelse ovenfor, kan vi se, at det er de flittigste brugere af digitalt nyhedsindhold, der også føler sig mest repræsenterede.

**Figur 25: Jeg har en oplevelse af, at folk som mig repræsenteres i det digitale nyhedsindhold. – Alder – "Helt/delvist enig"**



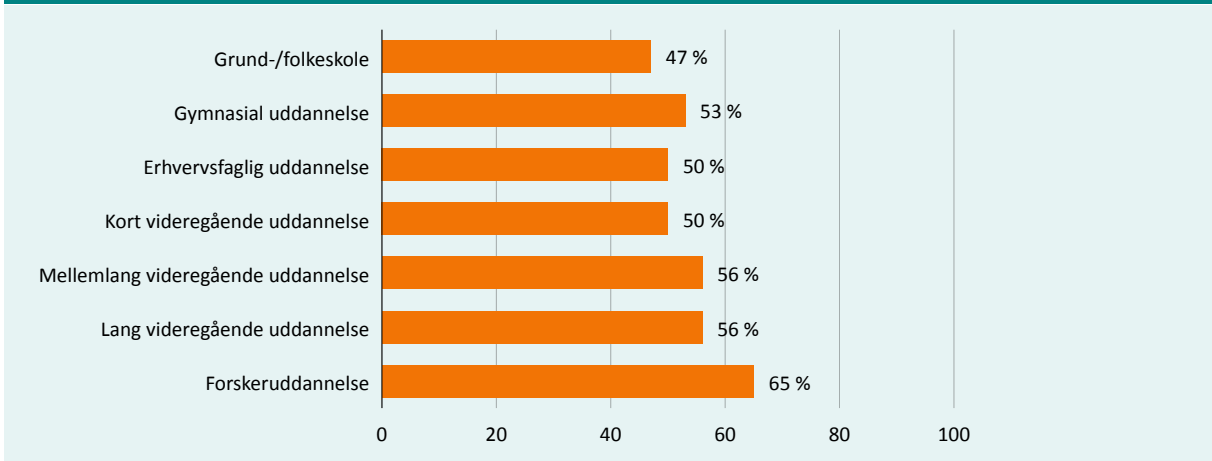


## Tillid til digitalt nyhedsindhold

Endelig har vi spurgt respondenterne, om de generelt har tillid til troværdigheden af det danske nyhedsindhold, de møder online. 53 % er helt eller delvist enige, hvilket resulterer i en indekssværdi på **6,4**. Her ser vi en signifikant forskel mellem

respondenter med grund- eller folkeskoleuddannelse (47 %), gymnasial uddannelse (53 %), mellemlang eller lang videregående uddannelse (56 %) og forskeruddannelse (65 %). Det generelle mønster er, at tilliden stiger med uddannelseslængden.

**Figur 26: Jeg har generelt tillid til troværdigheden af det danske nyhedsindhold, jeg møder online. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**



## Fokus: Personaliseret nyhedsindhold

Med digitale nyheder har mediehusene og de sociale medier mulighed for at målrette nyhedsindhold efter den enkelte brugers interesser, hvilket gør, at nyhedsstrømmen potentielt adskiller sig fra klassiske nyhedskilder som aviser og tv-nyheder. For at undersøge danskernes holdning til dette har vi spurgt respondenterne i surveyen, om de gerne vil have nyhedsindhold udvalgt automatisk til sig, på baggrund af hvad de tidligere har læst, set eller lyttet til.

Godt halvdelen – **53 %** – af respondenterne indikerede, at de er helt eller delvist enige i, at de gerne vil have automatisk udvalgt indhold. **31 %** svarede hverken/eller, mens **16 %** er helt eller delvist uenige.



## 5.3 Borgere og meningsdannere

Den offentlige digitale debat foregår ikke kun i nyhedsmedierne, men også mellem borgere og meningsdannere på sociale medier. Dette er fokus for indeksets tredje dimension. Med internettets udbredelse har vi i dag som borgere mulighed for at udveksle viden, holdninger og erfaringer med hinanden, og vi ser i stigende grad, at influencere og samfundsdebattører er med til at sætte rammerne og dagsordenen for disse samtaler. Disse aktører er ikke traditionelle meningsdannere som fx politikere, men de kan både starte debatter og påvirke holdninger online. Det er derfor vigtigt at undersøge danskernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af borgere og meningsdannere i det digitale demokrati.

Med sociale medier og digitaliseringen af den offentlige debat er både borgere og digitale meningsdannere blevet nøgleaktører i det digitale demokrati. Denne dimension omfatter derfor både borgernes deltagelse, deres interaktion med hinanden og deres interaktion med samfundsdebattører, influencere og andre individuelle

aktører, der i dag spiller en fremtrædende rolle i den digitale offentlige debat. Eksisterende forskning på området viser blandede resultater, med hensyn til om de øgede deltagelsesmuligheder på eksempelvis sociale medier fører til politisk engagement. Nogle studier peger på en hidtil uset demokratisk mobilisering, mens andre viser, at potentialet ikke udnyttes fuldt ud <sup>[20]</sup>.

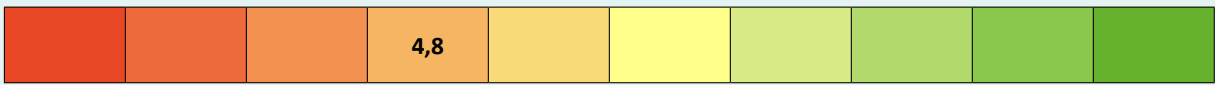
Disse blandede resultater understreger vigtigheden af at fokusere på borgernes og meningsdanners rolle i det danske digitale demokrati. Derfor dækker den tredje dimension over mål for borgernes deltagelse i debatgrupper og fora, deres interaktion med samfundsdebattører, deres oplevelse af det digitale debatklime, spredningen af hadtale og fjendtligt indhold, tillid til andre borgere, samt deres oplevelse af repræsentation i den digitale offentlige debat.

INDIKATORER		
Adgang til ...	Deltagelse i ...	Oplevelse af ...
Debatgrupper og fora Et sundt debatklime	Debat og diskussion Interaktion med samfundsdebattører Diskussioner i grupper og fora Spredning af hadtale og fjendtligt indhold Afholdelse fra at deltage i diskussioner	Hadtale og fjendtligt indhold Samfundsdebatter online Tillid til andre borgere Repræsentation i debatter

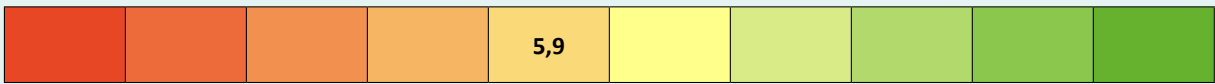


## Adgang til ... borgere og meningsdannere

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** *et sundt debatklima*, medlemskab af debatgrupper og fora

For denne underdimension har vi med surveyen undersøgt, om respondenterne ofte støder på hadefuldt, fjendtligt eller nedværdigende indhold (4,8), mens vi med de digitale metoder har målt borgernes adgang til et varieret landskab af aktive meningsdannere, der bidrager til en offentlig samtale om samfundsrelevante emner (5,9). Igen ser vi således en negativ oplevelse af onlineindholdet. Samtidig er adgangen til meningsdannere ikke lige så god, som vi så for de digitale nyhedsmedier onlineindhold.

### Et sundt debatklima

I surveyen spurgte vi respondenterne, om de ofte støder på indhold, der er fjendtligt, hadefuldt eller nedværdigende, når de benytter de digitale platforme og sociale medier. 49 % er helt eller delvist enige, hvilket giver en værdi på **4,8**. Ser vi på baggrundsinformationerne, er der forskel på mænd og kvinder: 51 % af de kvindelige respondenter er helt eller delvist enige, mens tallet er 45 % for de mandlige respondenter.

Med de digitale metoder har vi målt tilstedeværelsen af betydelige meningsdannere i den danske Facebook-offentlighed. Vi har defineret meningsdannere som offentlige Facebook-profiler, der ikke falder ind under kategorierne nyhedsmedier, politikere, civilsamfundsaktører og myndigheder, og som har mere end 3000 følgere og mindst 50 % posts, der omhandler politik og samfund. Indikatoren måler således borgernes adgang til et varieret landskab af aktive meningsdannere, der bidrager til en offentlig debat om samfundsrelevante emner.

For aktivitetsniveauet er indeksværdien 5,7 – altså er den gennemsnitlige aktivitet (målt i antal opslag) for disse meningsdannere en smule højere end for aktører, der ikke fokuserer på samfundsrelevant indhold. De aktive meningsdannere er nogenlunde jævnt fordelt over den danske Facebook-offentlighed, hvilket resulterer i en indeksværdi på 6,1. Brugere kan således til en vis grad møde aktive meningsdannere, der kan facilitere samfundsrelevante diskussioner, i forskellige miljøer og emneområder – men disse har en tendens til at være mere til stede i nogle områder end andre. Den samlede indeksværdi for de digitale metoder er **5,9**.



### Fokus: Medlemskab af debatgrupper og fora

For at få et billede af, hvor mange af respondenterne der deltager aktivt i debatter online, spurgte vi respondenterne i surveyen, om de er medlem af online-debatfora eller -grupper for diskussion og meningsudveksling – fx Facebook-tråde eller Reddit-tråde.

Hele **67 %** af respondenterne svarede "Nej" til dette spørgsmål. **8 %** var medlem af en gruppe/et fora, **17 %** er medlem af 2-5, **4 %** er medlem af 6-10 debatgrupper eller fora, mens **4 %** er medlem af flere end 10.

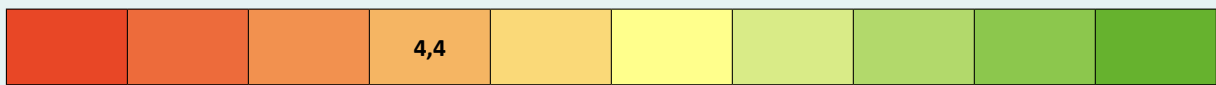
Derudover viser vores undersøgelse med digitale metoder, at der eksisterer mere end 1.200 grupper i den danske Facebook-offentlighed, hvor mere end 80 % af gruppens posts er samfundsrelevante. Mere end 250 af disse grupper har 10.000+ medlemmer.



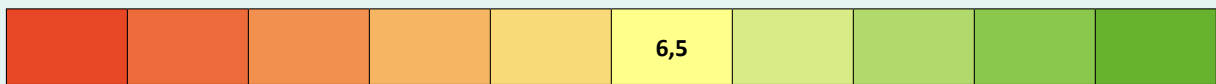


## Deltagelse i ... borgere og meningsdannere

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** debat og diskussion, interaktion med samfundsdebattører, diskussioner i grupper og fora, spredning af hadtale og fjendtligt indhold

Forskellene i indekssværdier for denne underdimension afspejler, at vi med de digitale metoder kan se, at andelen af samfundsrelevante opslag i den danske Facebook-offentlighed er både høj og balanceret (6,8), samt at der skrives et højt og jævnt fordelt gennemsnitligt antal kommentarer til posts med samfundsrelevant indhold (7,0). Over for det finder vi i surveyen, at respondenterne ikke ret ofte interagerer med indhold fra debattører, meningsdannere og influencere (2,9), sjældent kommenterer på eller indgår i debatter om samfundsforhold (2,6) og heller ikke tager del i debatter og diskussioner i forskellige debatfora og grupper (2,5). Dette tyder på, at det er en ret lille andel borgere, der står for det høje antal opslag og kommentarer.

### Debat og diskussion

I surveyen spurgte vi respondenterne, hvor ofte de kommenterer på eller indgår i debatter om samfundsforhold online – fx i kommentarspor på de sociale medier eller gennem lukkede Messenger- eller WhatsApp-grupper. 58 % af respondenterne svarer ”aldrig”, mens 3 % svarer ”dagligt”, og 7 % svarer ”ugentligt”. Dette giver en indekssværdi på **2,6**.

Med de digitale metoder kan vi se, at over halvdelen (56 %) af alle posts i den danske Facebook-offentlighed kan klassificeres som samfundsrelevant indhold, hvilket svarer til en indekssværdi på 5,6. Vi ser derudover en meget balanceret fordeling af disse posts på tværs af den danske Facebook-offentlighed, svarende til en indekssværdi på 8,0. Resultaterne indikerer, at der finder forskellige samfundsrelevante debatter sted i den brede offentlighed – og ikke kun på politikeres og nyhedsmediers Facebook-sider. Den samlede indekssværdi er **6,8**.

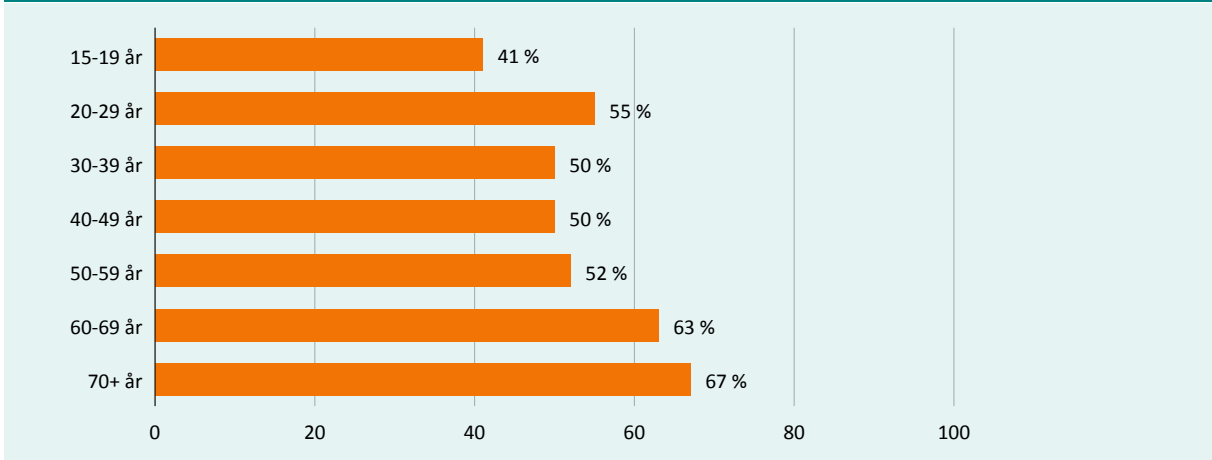
### Interaktion med samfundsdebattører

Vi spurgte i surveyen respondenterne, hvor ofte de interagerer med indhold fra debattører, meningsdannere eller influencere, der beskæftiger sig med samfundsforhold – fx ved at tilføje kommentarer i kommentarspor eller ved at like eller dele indhold. 56 % svarer ”aldrig”, mens 4 % svarer ”dagligt”, og 9 % svarer ”ugentligt”, hvilket giver en indekssværdi på **2,9**.

Ved denne indikator ser vi en interessant sammenhæng med respondenternes alder. Andelen af ”aldrig”-svar stiger i takt med respondenternes alder (figur 27). Undtagelsen er de 20-29-årige, som med 55 % ”aldrig” ligger tredjehøjst.



**Figur 27: Hvor ofte interagerer du med indhold fra debattører, meningsdannere eller influencere, der beskæftiger sig med samfundsforhold, på de digitale platforme og sociale medier? – Alder – "Aldrig"**



### Diskussioner i grupper og fora

For denne indikator har vi spurgt respondenterne mere bredt til deres aktive deltagelse i debatter og diskussioner i grupper og fora – fx i Facebook-grupper eller Reddit-tråde. 62 % svarer "aldrig", hvilket giver en indekssværdi på **2,5**. Det er således ikke blot i de samfundsmæssige diskussioner, danskerne er tilbageholdende med at deltage, men i online-diskussioner generelt. Vi ser desuden en forskel på køn, idet 67 % af de kvindelige respondenter svarer "aldrig", mens tallet er 57 % for de mandlige respondenter.

I den danske Facebook-offentlighed har vi målt diskussioner i grupper og fora ved at kigge på det gennemsnitlige antal kommentarer, der skrives til posts med samfundsrelevant indhold. Her er gennemsnittet mere end to og en halv gange højere for posts, der indeholder samfundsrelevant indhold, end for andre posts, hvilket giver en indekssværdi på 8,4. Fordelingen er imidlertid forholdsvis skæv, og derfor bliver den samlede indekssværdien her 5,6. Det betyder, at bestemte emner diskuteres langt mere aktivt end andre. I undersøgelsesperioden var det emner som dyrevelfærd, hjælp til flygtninge, invasionen af Ukraine, og coronavacciner, der affødte særlig mange kommentarer. Samlet ligger indekssværdien her på **7,0**.

### Spredning af hadtale og fjendtligt indhold

Her har vi i surveyen spurgt, hvor ofte respondenterne udgiver eller videregiver indhold på de digitale platforme og sociale medier, som kan virke fjendtligt, hadefuldt eller nedværdigende for andre. 82 % svarer "aldrig", mens 1 % svarer "dagligt", og 3 % svarer "ugentligt". Dette giver en samlet indekssværdi på hele **9,3** – altså markant højere end for de tre første indikatorer. Der er en del forskel mellem de forskellige aldersgrupper (figur 28).

Generelt ser vi, at den procentvise andel, der svarer "aldrig", stiger med alderen. Særligt ligger den yngste gruppe respondenter (15-19 år) lavere end de andre aldersgrupper med 60 %, mens de to ældste aldersgrupper ligger klart højest med 90-92 %. Mønstrene for uddannelse er tilsvarende: Jo længere uddannelse, desto højere "aldrig"-svarprocent – således svarer 68 % af de grund- og folkeskoleuddannede, at de "aldrig" udgiver denne form for indhold, mens tallet er 85 % for de forskeruddannede.

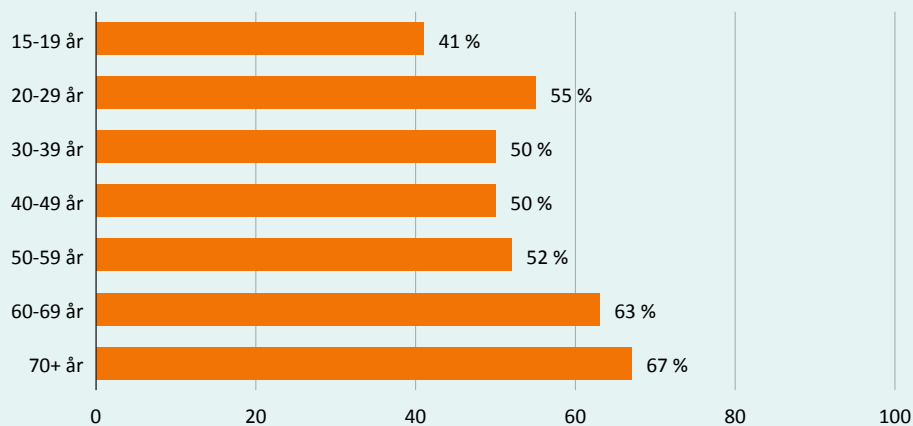
Med de digitale metoder har vi målt forekomsten af sproglige angreb i kommentarer til posts på tværs af den danske Facebook-offentlighed. Her finder vi, at 2,3 % af de undersøgte posts indeholder angreb, hvilket giver en indekssværdi på 9,7. Dog ser vi, at fordelingen af sproglige angreb rammer meget skævt. Især alternative medier og diskussionsgrupper med tilknytning til de politiske fløje har en høj andel af sproglige angreb i kommentarerne (indekssværdi: 1,8). Ligeledes er flygtninge og integration suverænt det emne, der ansporer til flest sproglige angreb. Samlet ligger indekssværdien her på **5,6**.



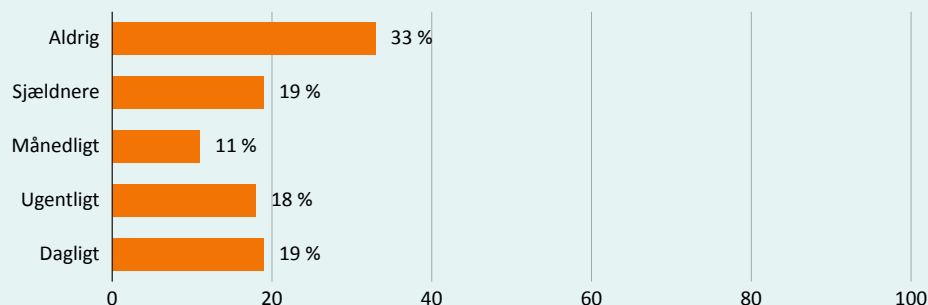
## Afholdelse fra at deltage i diskussioner

I denne sidste indikator spurgte vi i surveyen, hvor ofte respondenterne afholder sig fra at deltage i diskussioner eller debatter online, selvom de egentlig gerne vil. Resultaterne kan ses i figur 29 og giver en indekssværdi på **6,1**. Der er ingen signifikante forskelle med hensyn til alder, køn og uddannelse.

**Figur 28: Hvor ofte udgiver eller videredeler du indhold på de digitale platforme og sociale medier, som kan virke fjendtligt, hadefuldt eller nedværdigende for andre? – Alder – "Aldrig"**



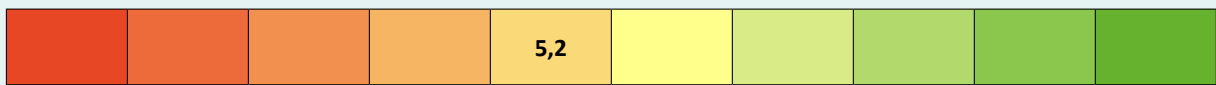
**Figur 29: Hvor ofte afholder du dig fra at indgå i diskussioner eller debatter online, selvom du egentlig gerne vil deltage?**





## Oplevelse af ... borgere og meningsdannere

### Survey



**Indikatorer:** hadtale og fjendtligt indhold, samfundsdebatter online, tillid til andre borgere, repræsentation i debatter

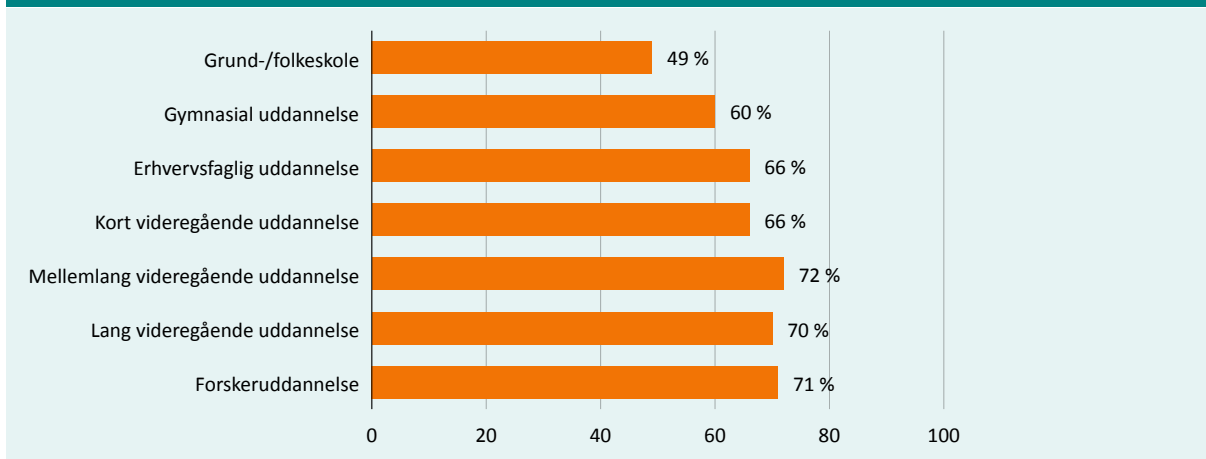
Den samlede indekssværdi trækkes op af værdierne for repræsentation i debatter (5,5), og hvorvidt digitale platforme og sociale medier er en gevinst for den offentlige debat og den demokratiske samtale (5,6). Vi ser derimod lavere værdier for tillid til andre borgere (4,9) og særligt for hadtale og fjendtligt indhold (3,6). Igen ser vi altså, at respondenterne i surveyen har en overvejende negativ opfattelse af onlineindholdet.

### Hadtale og fjendtligt indhold

For denne indikator spurgte vi i surveyen, om fjendtligt, hadefuldt og nedværdigende indhold på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. 66 % er helt eller

delvist enige, hvilket giver en indekssværdi på **3,6**. Ser vi på baggrundsinformationerne, er der et tydeligt mønster med hensyn til uddannelse, hvor den procentvise enighed stiger i takt med længden på respondenternes uddannelse (se figur 30).

**Figur 30: Fjendtligt, hadefuldt og nedværdigende indhold på de digitale platforme og sociale medier udgør et stort demokratisk problem. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





## Samfundsdebatter online

Vi spurgte i surveyen, om de digitale platforme og sociale medier er en gevinst for den offentlige debat og den demokratiske samtale. Resultaterne ses i figur 31 nedenfor.

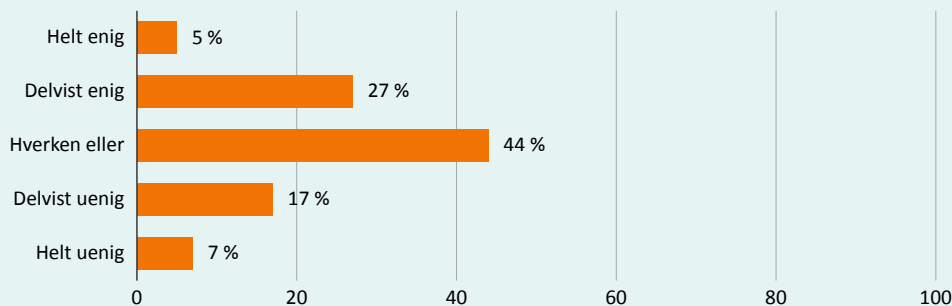
Den store andel respondenter, der ligger i ”hverken/eller”-kategorien, afspejles i indeksværdien på **5,6**. Det er altså ikke tydeligt, hvad digitaliseringen betyder for den demokratiske samtale borgerne imellem; tværtimod er flertallet i tvivl eller uafklarede om dette.

## Tillid til andre borgere

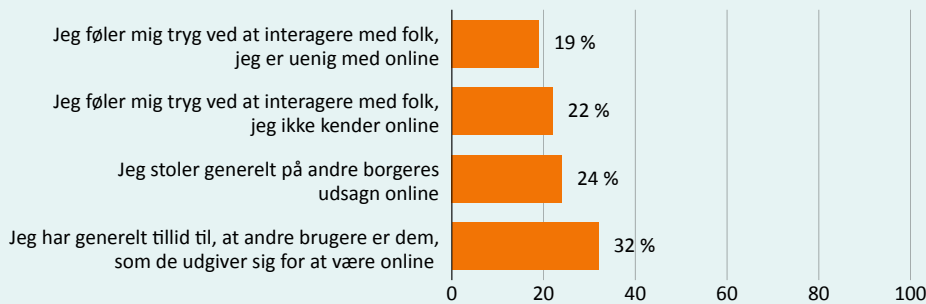
Med denne indikator fokuserer vi på den generelle tillid borgerne imellem, når de er online. Det har vi gjort gennem nedenstående fire udsagn (figur 32):

Resultaterne for de fire spørgsmål giver en samlet indeksværdi på **4,9**, hvilket er lavere end tilliden til både nyhedsmedier, politikere og samfundsaktører og offentlige myndigheder, men dog højere end tilliden til de sociale medier. Dette indikerer, at borgerne er særligt usikre på, hvordan de skal forholde sig til hinanden online.

**Figur 31: De digitale platforme og sociale medier er en gevinst for den offentlige debat og demokratiske samtale.**



**Figur 32: Tillid til andre borgere**



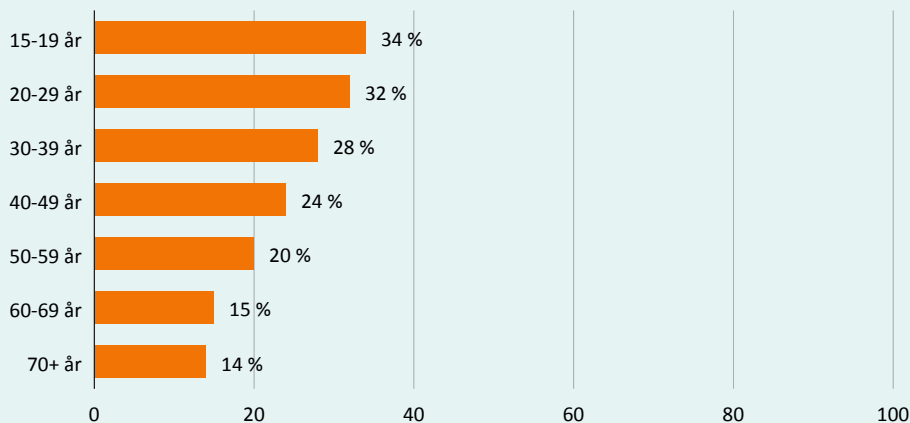


### Repræsentation i debatter

Endelig spurgte vi respondenterne, om de oplever, at deres holdninger afspejles i de debatter, der finder sted på de digitale platforme og sociale medier. 23 % er helt eller delvist enige, mens 58 % svarer ”hverken/eller”. Samlet set giver dette en indeksværdi på **5,5**.

Her ser vi igen en tydelig sammenhæng med alder (figur 33), hvor den procentvise enighed falder i takt med respondenternes alder.

**Figur 33: Jeg har en oplevelse af, at mine holdninger afspejles i de debatter, der finder sted på de digitale platforme og sociale medier. – Alder – ”Helt/delvist enig”**





## 5.4 Politikere og civilsamfundsaktører

Indeksens fjerde dimension dækker over borgernes digitale adgang til, deltagelse i og oplevelse af demokratiets centrale, officielle aktører – nærmere bestemt politikere og politiske partier samt forskellige civilsamfundsaktører såsom interesseorganisationer, NGO'er, græsrodsorganisationer og sociale bevægelser.

De digitale platforme spiller en vigtig rolle i politikernes kommunikation med borgere og har mindsket afstanden mellem borgere og beslutningstagere<sup>[21]</sup>. Derudover muliggør platformene – og internettet i det hele taget – en række nye former for netværksbaseret demokratisk deltagelse og protest. Eksempelvis kan de digitale platforme bruges som mobiliseringskanaler for digitale sociale bevægelser som #MeToo, som redskaber for digital aktivisme eller protest og, mere overordnet, som en måde, hvorpå almindelige borgere kan udtrykke opbakning til en sag eller et politisk

synspunkt<sup>[22]</sup>,<sup>[23]</sup>. Endelig gør de digitale platforme det muligt for civilsamfundsaktører at organisere borgere i og omkring interessefællesskaber<sup>[24]</sup>, hvilket kan spille en stor og dagsordensættende rolle i det digitale demokrati. Nogle peger på det uforpligtende og potentielt sløvende i, at en stor del af borgernes protest og aktivisme online baseres på klik og likes, såkaldt "slacktivism" eller "clicktivism"<sup>[25]</sup>, mens andre ser dette som et udgangspunkt snarere end en barriere for indflydelse<sup>[26]</sup>.

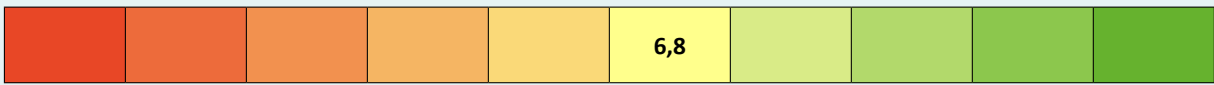
Denne fjerde dimension dækker borgernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af politikeres og civilsamfundsaktørers tilstedeværelse på de sociale medier samt borgernes engagement i digital aktivisme og protest.

INDIKATORER		
Adgang til ...	Deltagelse i ...	Oplevelse af ...
Politikere Civilsamfundsaktører Sociale bevægelser og græsrodsbevægelser	Interaktion med politikere Interaktion med civilsamfundsaktører Interaktion med sociale bevægelser og græsrodsbevægelser Digital aktivisme og protest	Politikeres tilstedeværelse på de sociale medier Politikeres indhold på de sociale medier Tillid til politikeres ageren på de sociale medier

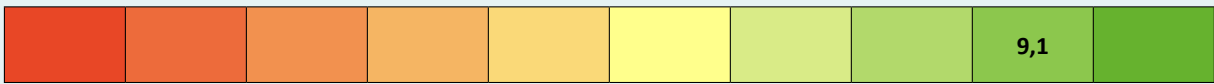


## Adgang til ... politikere og civilsamfundsaktører

### Survey



### Digitale metoder



### Indikatorer: politikere, civilsamfundsaktører, sociale bevægelser og græsrodsbevægelser

Både partier og politikere (9,1) og civilsamfundsaktører (9,1) er bredt til stede på sociale medier (digitale metoder), mens værdierne for surveyen er lidt lavere for, hvor nemt det er at finde indhold fra hhv. politikere (6,9), civilsamfundsaktører (7,1) og sociale bevægelser (6,3). Her ser vi således, at indholdet findes på de sociale medier – men at opfattelsen af, hvor nemt det er at finde det, ikke stemmer overens med potentialet.

### Politikere

I surveyen spurgte vi respondenterne, om det er nemt at finde indhold fra de danske politikere på de digitale platforme og sociale medier. 54 % er helt eller delvist enige, mens 6 % er helt eller delvist uenige, hvilket resulterer i en indekssværdi på **6,9**.

Med de digitale metoder har vi undersøgt politikernes reelle tilstedeværelse på de sociale medier. Her afgrænser vi "politikere" til alle politikere, der er repræsenteret i Folketinget i undersøgelsesperioden. Derudover har vi også medtaget de politiske partiers sider på sociale medier, da disse ofte spiller en rolle for de individuelle politikeres digitale kommunikation. Andelen af politikere og partier med profiler på mindst tre sociale medier er 91 %, hvilket giver en indekssværdi på **9,1**. Politikere og partier er hyppigst på Facebook, Instagram, LinkedIn og X og i mindre grad på YouTube og TikTok. Næsten ingen er på Telegram.

### Civilsamfundsaktører

Her har vi i surveyen spurgt respondenterne, om det er nemt at finde indhold fra danske civilsamfundsaktører på de digitale platforme og sociale medier, eksempelvis Børns Vilkår,

Dansk Flygtningehjælp og Ældre Sagen. 57 % er helt eller delvist enige, mens 6 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på **7,1**. Vi ser her en forskel på kønnene, idet 60 % af de kvindelige respondenter er helt eller delvist enige, mens tallet er 54 % for de mandlige respondenter.

For de digitale metoder er fremgangsmåden den samme som i forbindelse med politikerne ovenfor. Andelen af civilsamfundsaktører med profiler på mindst tre sociale medier er, igen ligesom for politikerne, 91 %, hvilket giver en indekssværdi på **9,1**. Ligesom politikerne er civilsamfundsaktører hyppigst på Facebook, Instagram og LinkedIn – X spiller her en mindre vigtig rolle.

### Sociale bevægelser og græsrodsbevægelser

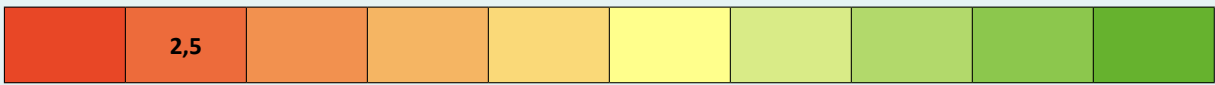
Endelig har vi i surveyen spurgt, om det er nemt at finde indhold fra danske sociale bevægelser på de digitale platforme og sociale medier, fx Hvor er der en voksen, Klimabevægelsen og Jobcentrets Ofre. 39 % er helt eller delvist enige, mens 51 % svarer "hverken/eller". Samlet set er billedet her således lidt anderledes end for politikere og civilsamfundsaktører, og den samlede indekssværdi er **6,3**.



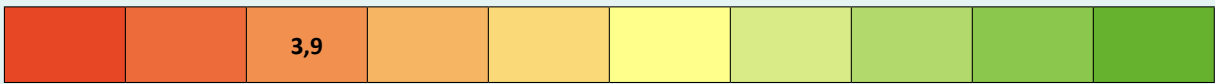


## Deltagelse i ... politikere og civilsamsfundsaktører

### Survey



### Digitale metoder



**Indikatorer:** *interaktion med politikere, interaktion med civilsamsfundsaktører, interaktion med sociale bevægelser og græsrodsbevægelser, digital aktivisme og protest*

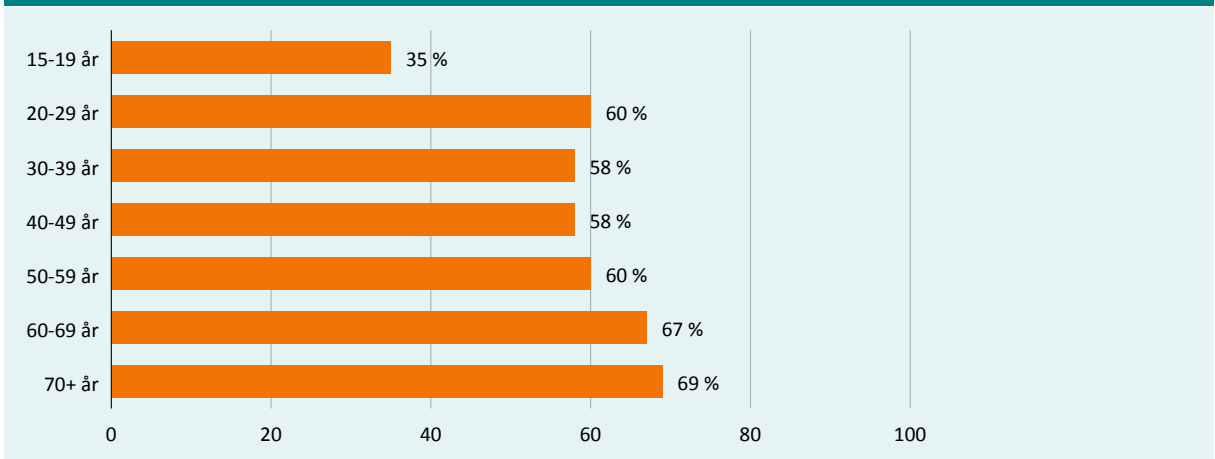
Indeksværdierne for denne underdimension er de laveste i undersøgelsen. Selvom vi så ovenfor, at politikere og civilsamsfundsaktører er bredt til stede på mange forskellige platforme, så interagerer borgerne altså ikke i ret stort omfang med hverken politikere (2,5/3,8), civilsamsfundsaktører (2,6/3,8) eller sociale bevægelser og græsrodsbevægelser (2,5) online. Samtidig ser vi med de digitale metoder, at fordelingen af interaktioner er meget skæv. Således er det få politikere og civilsamsfundsaktører, der trækker mange af interaktionerne. Derudover viser surveyresultaterne, at respondenterne ikke ret ofte deltager i digital aktivisme og protest (2,5). Samtlige værdier er således lave for denne underdimension, og vi ser et tydeligt mønster, hvor det potentiale for digital demokratisk debat, der opstår via den brede adgang, ikke fører til samme grad af deltagelse.

### Interaktion med politikere

Her har vi i surveyen spurgt, hvor ofte respondenterne interagerer med indhold fra danske politikere på de digitale platforme og sociale medier ved eksempelvis at tilføje kommentarer i kommentar-

tarspor eller ved at like eller dele indhold. 83 % svarer "aldrig" eller "sjældnere end månedligt", hvilket giver en indeksværdi på blot 2,5. Vi ser her en række forskelle på de forskellige aldersgrupper (se figur 34).

**Figur 34: Hvor ofte interagerer du med indhold fra danske politikere på de digitale platforme og sociale medier? – Alder – "Aldrig"**





Vi kan dele aldersgrupperne op i tre: De yngste respondenter på 15-19 år, som ligger lavest med 35 % "aldrig", respondenter fra 20-59 år, som ligger mellem 58 og 60 %, og så de ældste respondenter på 60+, der ligger på 67-69 %.

Analysen baseret på de digitale metoder viser, at borgerne interagerer forholdsvist meget med indhold, der kommer fra politikere og partier,

hvilket resulterer i en indekssværdi på 5,1. Indekssværdien for balancen i fordelingen af interaktioner er dog meget lav med blot 2,6. Dette vidner om, at det er enkelte politikere, der trækker en meget stor del af interaktionerne. Den samlede indekssværdi er **3,9**.

#### Fokus: Hvilke politikere får flest interaktioner?

Med de digitale metoder har vi kunnet se, hvilke politikere der trækker flest interaktioner på de sociale medier. Seks politikere får i gennemsnit mere end 3.000 interaktioner på deres Facebook-posts:

Lars Boje Mathiesen	5.046
Jacob Mark	4.396
Inger Støjberg	4.006
Morten Messerschmidt	3.649
Mette Frederiksen	3.623
Alex Vanopslagh	3.256

#### Interaktion med civilsamfundsaktører

På samme måde som med politikerne ovenfor har vi her spurgt, hvor ofte respondenterne interagerer med indhold fra civilsamfundsaktører på de digitale platforme og sociale medier ved eksempelvis at tilføje kommentarer i kommentarspor eller ved at like eller dele indholdet. 59 % svarer "aldrig", mens 2 % svarer "dagligt", og 7 % svarer "ugentligt". Dette giver en samlet indekssværdi på

**2,6**. Vi ser ingen signifikante forskelle med hensyn til køn, alder eller uddannelse for interaktion med civilsamfundsaktører.

Analysen baseret på de digitale metoder viser, at niveauet af interaktion med civilsamfundsaktører med en indekssværdi på 4,5 ligger en smule lavere end for politikere. Også her er balancen i fordelingen skæv (indekssværdi: 3,0). Interaktionerne er igen drevet af relativt få aktører, der trækker en stor del af engagementet. Den samlede indekssværdi er **3,8**.

#### Fokus: Hvilke civilsamfundsaktører får flest interaktioner?

Med de digitale metoder har vi kunnet se, hvilke civilsamfundsaktører der trækker flest interaktioner på deres Facebook-posts. Seks aktører har mere end 1.000 interaktioner i gennemsnit:

Ældre Sagen	2.167
Danmarks Naturfredningsforening	1.515
Kræftens Bekæmpelse	1.421
Julemærkefonden	1.110
Greenpeace Danmark	1.051
Børns Vilkår	1.048



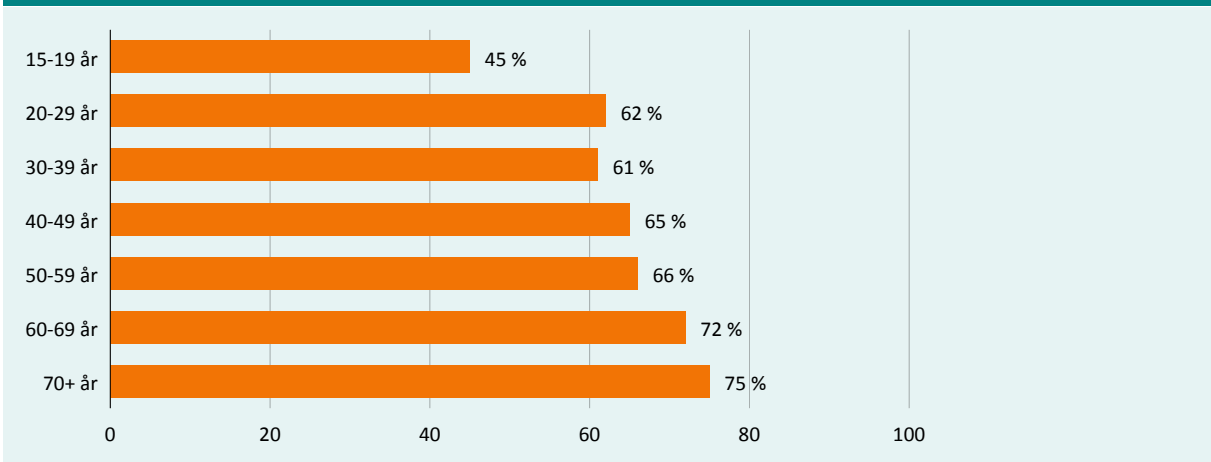
## Sociale bevægelser og græsrodsbevægelser

Her spurgte vi i surveyen, hvor ofte respondenterne interagerer med indhold fra sociale bevægelser eller græsrodsbevægelser på de digitale platforme og sociale medier ved fx at tilføje kommentarer i kommentarspor eller ved at like eller dele indholdet. Her svarer 66 % af respondenterne "aldrig", mens 2 % svarer "dagligt", og 5 % svarer "ugentligt". Dette giver en indekssværdi på **2,5**. For aldersgrupperne ser vi samme mønster som for politikerne ovenfor (figur 35), hvor særligt de yngste respondenter (15-19 år) skiller sig positivt ud med den laveste andel af "aldrig" (45 %).

## Digital aktivisme og protest

I surveyen spurgte vi respondenterne, hvor ofte de deltager i digital aktivisme og digitale protestaktioner ved fx at støtte digitale underskriftsindsamlinger, deltage i virtuelle happenings eller ved at ændre deres profilbillede på de sociale medier for at vise støtte til en sag. 52 % svarer "aldrig", mens 1 % svarer "dagligt", og 3 % svarer "ugentligt". Dette giver en indekssværdi på **2,5**. Vi ser ingen signifikante forskelle med hensyn til alder, køn og uddannelse.

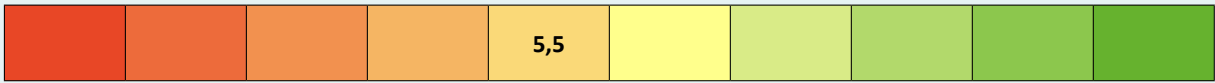
**Figur 35: Hvor ofte interagerer du med indhold fra sociale bevægelser eller græsrodsbevægelser på de digitale platforme og sociale medier?**





## Oplevelse af ... politikere og civilsamfundsaktører

### Survey



**Indikatorer:** politikernes tilstedeværelse på de sociale medier, politikernes indhold på de sociale medier, tillid til politikernes ageren på de sociale medier

Den samlede indekssværdi drives af oplevelsen af politikernes indhold (5,2) og tillid til politikernes ageren på sociale medier (5,6), mens værdien for, om det er gavnligt for den demokratiske samtale, at politikerne har en tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier (6,7), er lidt højere. Særligt denne sidste værdi er interessant, når vi ser på den lave deltagelse: Selvom respondenterne mener, at det er gavnligt for den demokratiske debat, at politikerne er til stede online, deltager meget få af dem i diskussioner med politikerne.

### Politikernes tilstedeværelse på de sociale medier

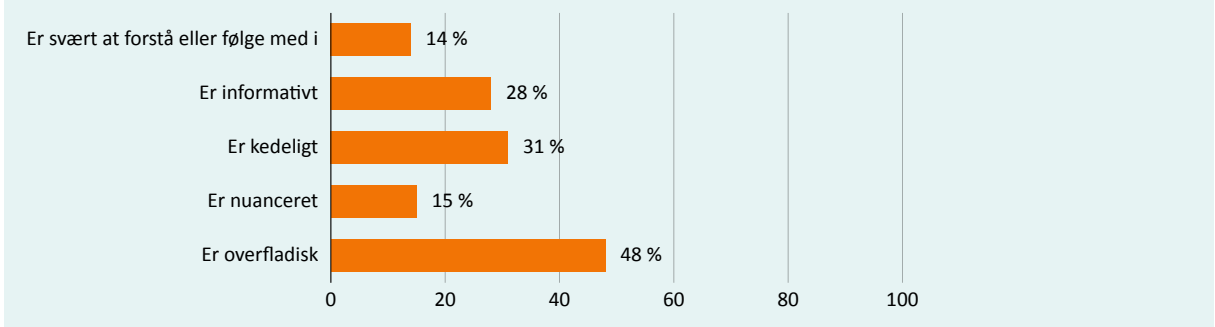
Her spurgte vi først respondenterne til deres opfattelse af, hvorvidt det er gavnligt for den demokratiske samtale og den offentlige debat, at politikerne har en tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier. 52 % er helt eller delvist enige, mens 12 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på **6,7**.

### Politikernes indhold på de sociale medier

For at få yderligere indblik i danskernes holdning til politikernes indhold har vi stillet dem en række spørgsmål om deres holdninger til det indhold, de møder på de digitale platforme og sociale medier (figur 36).

Som figuren viser, er resultaterne blandede, hvilket resulterer i en indekssværdi på **5,2**.

Figur 36: Politikernes indhold ... – Helt/delvist enig





## Fokus: Har politikernes indhold en negativ indvirkning på humøret?

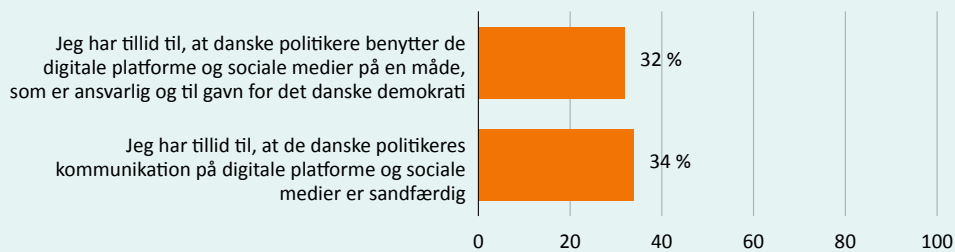
Vi har i surveyen spurgt, hvorvidt politikernes indhold har en negativ indvirkning på respondenternes humør. **22 %** angiver, at de er helt eller delvist enige i dette, mens **23 %** er helt eller delvist uenige.

### Tillid til politikernes ageren på de sociale medier

Endelig har vi undersøgt graden af tillid til politikernes ageren på sociale medier. Dette er gjort gennem to spørgsmål (figur 37).

Vi ser ingen signifikant forskel med hensyn til alder, køn og uddannelse. Indeksværdien for tilliden til politikernes ageren på de sociale medier er **5,6**.

Figur 37: Tillid til politikernes indhold – Helt/delvist enig





## 5.5 Formelle demokratiske institutioner

Indeksens femte og sidste dimension dækker borgernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af digitaliseringen af det politisk-administrative system, særligt med fokus på danske myndigheder samt offentlige services og ydelser. De formelle demokratiske institutioner er vigtige i det digitale demokrati, da en stor del af borgernes kontakt med "det offentlige" i et stærkt digitaliseret samfund som det danske i dag finder sted online <sup>[27]</sup>, <sup>[28]</sup>.

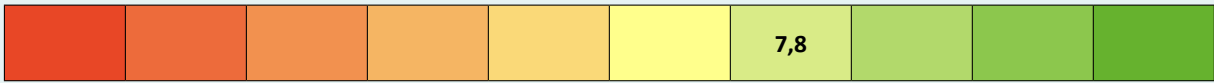
Dimensionen dækker over to forskellige målinger: borgernes adgang til, deltagelse i og oplevelse af 1) de digitale offentlige services, herunder borgernes oplevelse af kvaliteten og tilgængeligheden af disse, og 2) myndighedernes digitale tilstedeværelse, herunder om borgerne oplever, at den digitale tilstedeværelse er et demokratisk gode, og om de har tillid til myndighedernes kommunikation og ageren på de digitale platforme.

INDIKATORER		
Adgang til ...	Deltagelse i ...	Oplevelse af ...
Den offentlige sektor Myndigheder	Kontakt med det offentlige Interaktion med myndigheder	Kvalitet af offentlige tjenester Digital kontakt med det offentlige Myndigheders tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier Myndigheders indhold på de digitale platforme og sociale medier Tillid til myndigheders ageren på de digitale platforme og sociale medier

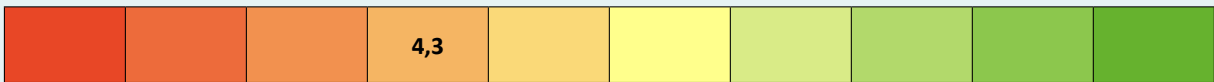


## Adgang til ... formelle demokratiske institutioner

### Survey



### Digitale metoder



#### **Indikatorer:** den offentlige sektor, myndigheder

Med surveyen ser vi, at respondenterne har nemt ved at benytte offentlige tjenester som Digital Post og MitID (8,9). Den samlede indekssværdi trækkes ned af, at det for respondenterne ikke er lige så let at finde indhold fra danske myndigheder på digitale platforme og sociale medier (6,8). Dette understøttes af de digitale metoder, hvor indekssværdien afspejler, at andelen af myndigheder med profiler på mindst tre sociale medier (4,3) er en del lavere end for politikere og civilsamfundsaktører.

Vi spurgte i surveyen, om respondenterne har nemt ved at benytte digitale offentlige tjenester, eksempelvis Digital Post, MitID, borger.dk og forskellige digitale selvbetjeningsløsninger. 90 % er helt eller delvist enige, mens 3 % er helt eller delvist uenige. Dette giver en indekssværdi på **8,9**. Vi ser nogle interessante forskelle med hensyn til alder og uddannelse. For alder skiller de yngste respondenter (15-19 år) sig ud fra de øvrige. Således er 73 % af de yngste respondenter helt eller delvist enige, mens de andre aldersgrupper ligger mellem 87 og 93 % helt eller delvist enige.

Med hensyn til uddannelse ser vi en overordnet tendens til, at enighedsprocenten stiger i takt med uddannelseslængden. 77 % af de grund- og folkeskoleuddannede, 87 % af de gymnasialt uddannede og 90-92 % for de resterende uddannelsesgrupper er helt eller delvist enige.

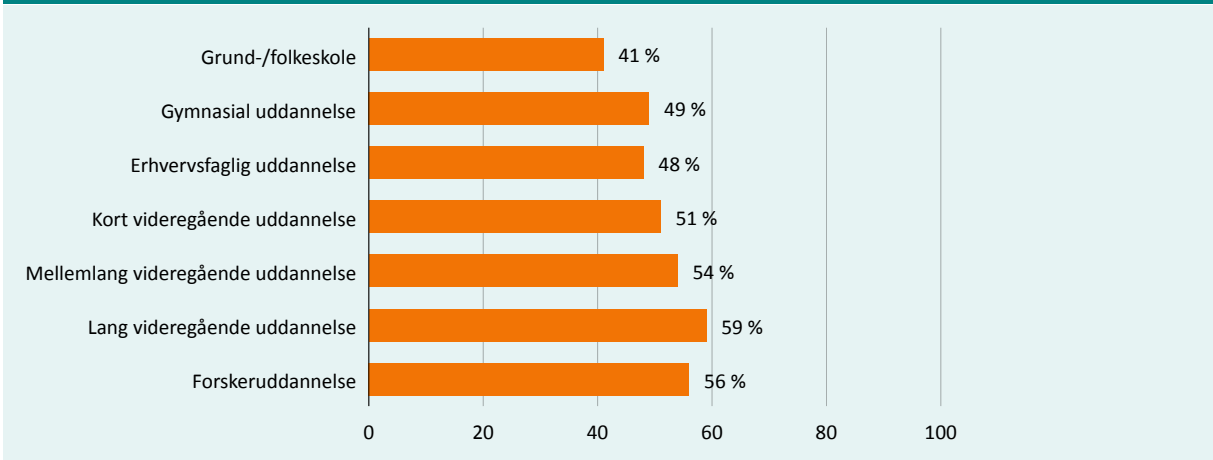
### Myndigheder

Her spurgte vi i surveyen, om det er nemt at finde indhold fra danske myndigheder på de digitale platforme og sociale medier, eksempelvis fra forskellige kommuner, ministerier, styrelser og politiet. 51 % er helt eller delvist enige, mens 9 % er helt eller delvist uenige. Det giver en indekssværdi på **6,8**.

Igen skiller den yngste aldersgruppe (15-19 år) sig ud med 41 % helt eller delvist enige, mens de øvrige aldersgrupper ligger på mellem 49 og 55 %. Ligeledes ser vi en generel tendens med hensyn til uddannelse til, at enighedsprocenten stiger med uddannelseslængde (figur 38).



**Figur 38: Det er nemt at finde indhold fra danske myndigheder på de digitale platforme og sociale medier (fx fra forskellige kommuner, ministerier, styrelser og politiet). – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**



Med de digitale metoder har vi – ligesom ved nyhedsmedier, civilsamfundsorganisationer og politikere – undersøgt, hvor aktive myndighederne er på de sociale medier. Igen anses det som en styrke, hvis de er aktive på mange forskellige

sociale medier, idet det giver adgang for flere borgere. Andelen af myndigheder, der er til stede på mindst tre sociale medier, er 43 %, hvilket svarer til en indekssværdi på **4,3**.

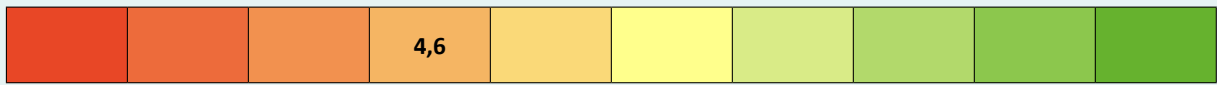




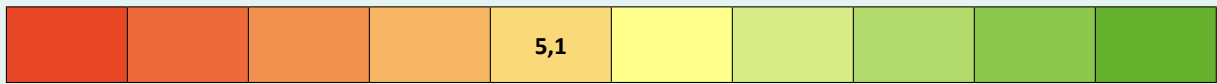


## Deltagelse i ... formelle demokratiske institutioner

### Survey



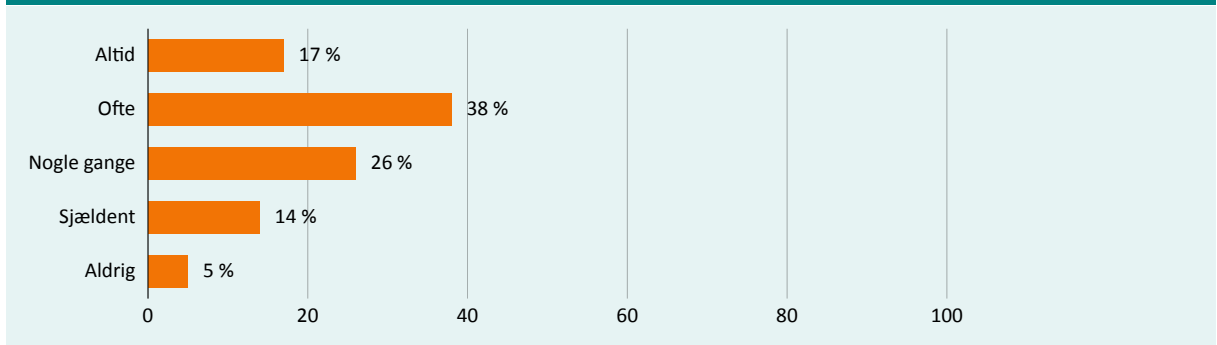
### Digitale metoder



**Indikatorer:** kontakt med det offentlige, interaktion med myndigheder

Surveyen viser, at respondenternes kontakt med det offentlige relativt ofte foregår online (6,6). Derimod følger interaktionen med indhold fra danske myndigheder på digitale platforme og sociale medier (2,5) det mønster, vi også så for nyhedsmedier og politikere ovenfor. Også mønstret for de digitale metoder minder om det, vi så tidligere, dog med en lidt højere værdi på 5,1. Her er det altså igen deltagelsen på digitale platforme og sociale medier, der trækker den samlede indekssværdi ned. Overordnet ser vi således, at danskerne er tilbageholdende med at deltage i den demokratiske debat på digitale platforme og sociale medier.

**Figur 39: Hvor ofte foregår din kontakt med det offentlige online? Fx gennem hjemmesider, apps eller mailkorrespondance.**



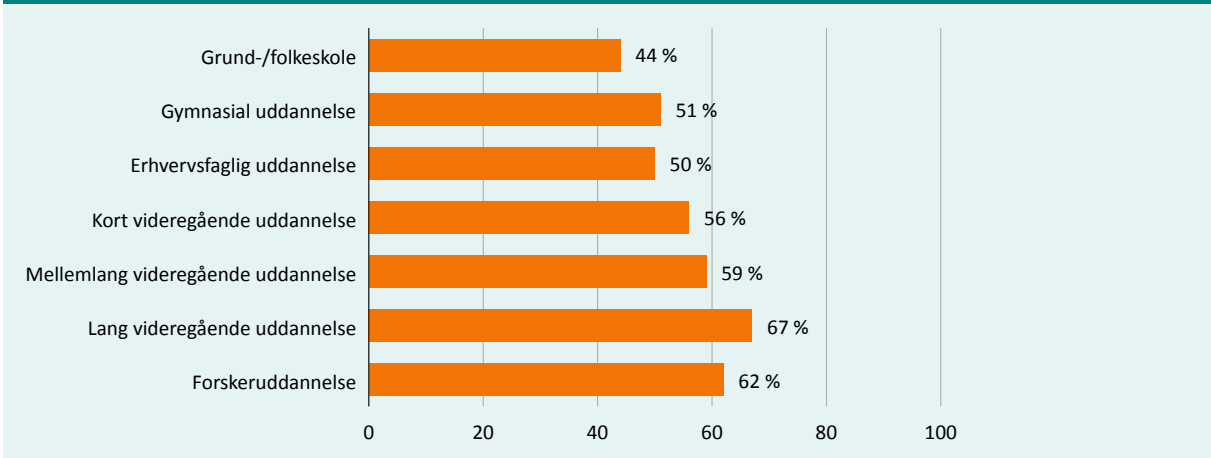
### Kontakt med det offentlige

I surveyen spurgte vi respondenterne, hvor ofte deres kontakt med det offentlige foregår online, fx gennem hjemmesider, apps eller mailkorrespondance. Svarene kan ses i figur 39 nedenfor og giver en indekssværdi på **6,6**.

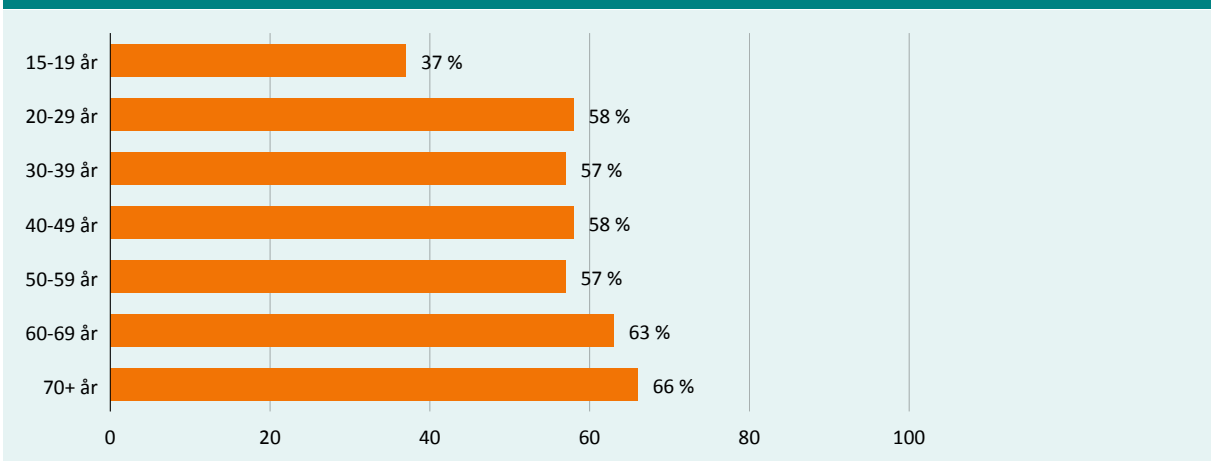
Med hensyn til alder ser vi, at respondenter på 15-30 år ligger mellem 46 og 50 % for "altid/ofte", mens respondenter på 30+ ligger på 57-61 %. Med hensyn til uddannelse ser vi en generel tendens, hvor "altid/ofte"-procentdelen stiger med længden af uddannelse (se figur 40).



**Figur 40: Hvor ofte foregår din kontakt med det offentlige online? Fx gennem hjemmesider, apps eller mailkorrespondance. – Uddannelse – "Altid/ofte"**



**Figur 41: Hvor ofte interagerer du med indhold fra danske myndigheder på de digitale platforme og sociale medier? – Alder – "Aldrig"**



## Interaktion med myndigheder

I surveyen spurgte vi respondenterne, hvor ofte de interagerer med indhold fra danske myndigheder på de digitale platforme og sociale medier, eksempelvis ved at tilføje kommentarer i kommentarspor eller ved at like eller dele indhold fra kommuner, ministerier, styrelser, politiet eller andre. 59 % svarer "aldrig", mens 2 % svarer "dagligt", og 5 % svarer "ugentligt". Det giver en indekssværdi på **2,5**.

Vi ser en sammenhæng med alder, hvor den yngste generation er signifikant forskellig fra de andre, idet langt færre i denne aldersgruppe svarer "aldrig" på spørgsmålet om interaktion (figur 41).

Med hensyn til uddannelse ser vi et mønster, hvor "aldrig"-procentdelen stiger med uddannelseslængden. Således svarer 49 % af de grund-

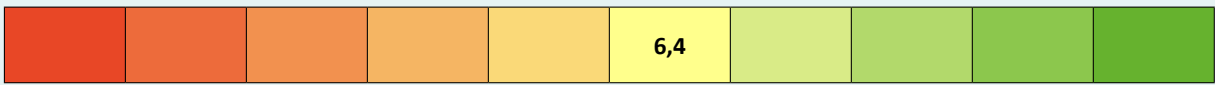
og folkeskoleuddannede, 53 % af de gymnasialt uddannede og mellem 59 og 65 % af de øvrige "aldrig".

Vi har ligeledes undersøgt interaktion med myndighederne med de digitale metoder. Med en indekssværdi på 5,9 er niveauet af interaktion med myndigheder det højeste på tværs af nyhedsmedier, politikere, civilsamfundsaktører og myndigheder. Interaktionen er også her ulige fordelt mellem de forskellige myndigheder (indekssværdi: 4,3), dog i lidt mindre grad end for de andre aktørgrupper. Det er især Vejdirektoratet og i helt suveræn grad Sundhedsstyrelsen, der trækker mange af interaktionerne. Den samlede indekssværdi ligger på **5,1**.



## Oplevelse af ... formelle demokratiske institutioner

### Survey



**Indikatorer:** kvaliteten af offentlige tjenester, digital kontakt med det offentlige, myndighedernes tilstedeværelse på de sociale medier, myndighedernes indhold på de sociale medier, tillid til myndigheders ageren på de sociale medier

Denne underdimension dækkes af mange forskellige indikatorer. Vi ser, at respondenterne er relativt tilfredse med kvaliteten af de offentlige tjenester (7,8), hvilket dækker over tillid til tjenesterne og en generel oplevelse af, at det er nemt at benytte dem. Værdien for digital kontakt med det offentlige er lidt lavere (7,1). Derudover er en relativt stor andel enige i, at det er gavnligt for den demokratiske samtale og den offentlige debat, at de danske myndigheder har en tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier (7,0), mens værdien for oplevelsen af myndighedernes indhold på de sociale medier er underdimensionens laveste (5,9).

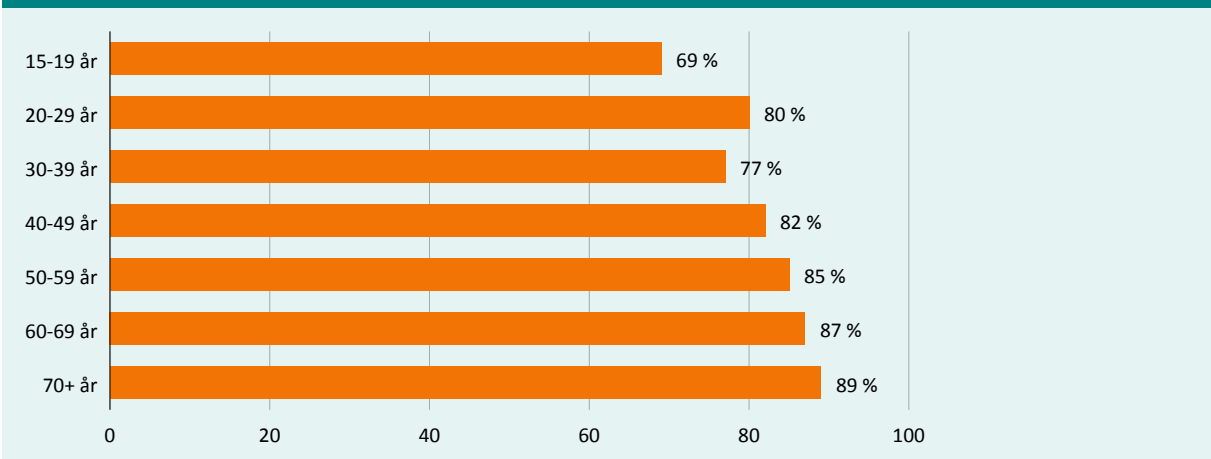
Igen ser vi altså et mønster, hvor respondenterne mener, at myndighedernes tilstedeværelse er god for den offentlige debat – men kun få udnytter det potentiale for deltagelse, som tilstedeværelsen skaber.

### Kvaliteten af offentlige tjenester

Vi har i surveyen stillet tre spørgsmål om kvalitet. Først spurgte vi respondenterne, om de generelt har tillid til de digitale offentlige tjenester. 83 % er helt eller delvist enige, mens 6 % er helt eller delvist uenige. Det giver en indekssværdi på

8,2. For alder adskiller de yngste respondenter (15-19 %) sig signifikant fra de øvrige aldersgrupper med den laveste tilfredshed (69 % helt eller delvist enige) (figur 42). Derudover ser vi en generel stigning i enighedsprocenten for de øvrige aldersgrupper.

Figur 42: Jeg har generelt tillid til digitale offentlige tjenester. – Alder – "Helt/delvist enig"





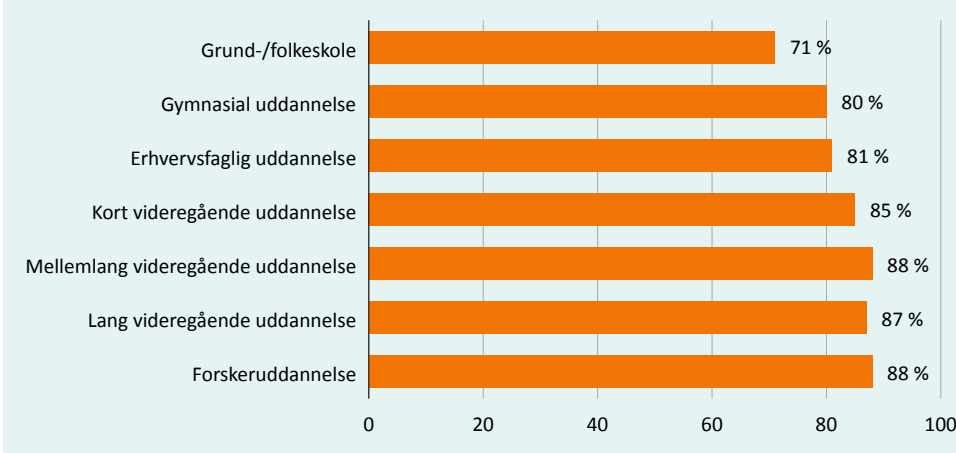
Med hensyn til uddannelse er tilliden også stigende, jo længere uddannelse man har (figur 43).

Derudover spurgte vi respondenterne, om de oplever, at der er god databeskyttelse på de digitale offentlige tjenester. Her var 70 % helt eller delvist enige, mens 8 % var helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på 7,5. Her ser vi ingen signifikante demografiske forskelle.

Endelig spurgte vi respondenterne, om det er nemt for dem at finde og benytte de relevante digitale tjenester, når de skal i kontakt med det offentlige.

Her var 73 % helt eller delvist enige, mens 10 % var helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på 7,6. Generelt ser vi en stigning i enighedsprocenten med stigende alder. Vi ser ligeledes forskelle baseret på uddannelsesniveau, hvor 60 % af de grund- og folkeskoleuddannede er helt eller delvist enige, mens de øvrige grupper ligger mellem 73 og 78 % helt eller delvist enige. Den samlede indekssværdi for "Kvaliteten af offentlige tjenester" er **7,8**.

**Figur 43: Jeg har generelt tillid til digitale offentlige tjenester. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





## Digital kontakt med det offentlige

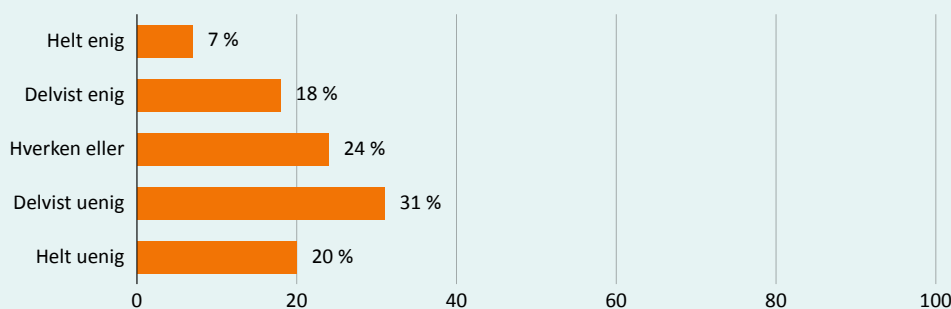
For denne indikator stillede vi to forskellige spørgsmål. Først spurgte vi respondenterne, om de synes, at digital kontakt med det offentlige er besværligt. Resultaterne kan ses i figur 44 nedenfor og giver en indekssværdi på 6,4.

Resultaterne her er mere blandede, og der er ikke signifikante forskelle på tværs af baggrundsinformationerne.

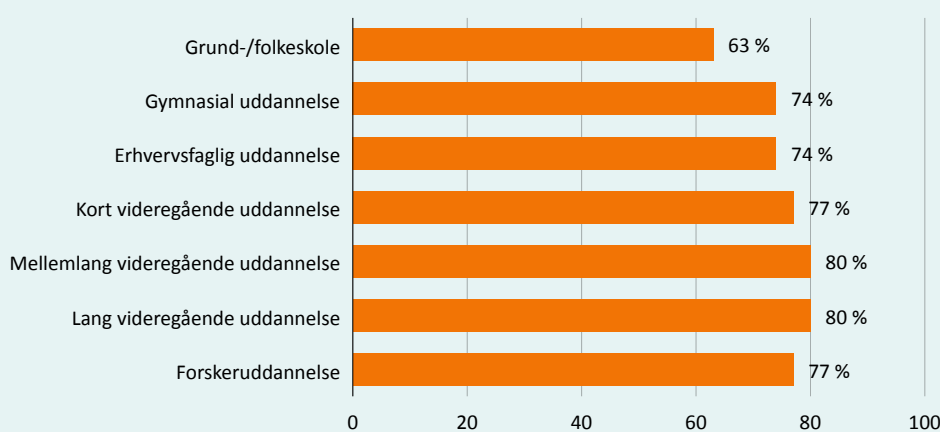
Derudover spurgte vi respondenterne, om deres oplevelse med at bruge digitale offentlige tjenester for det meste er gode. Her er 76 % helt eller delvist enige, mens 6 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på 7,8. Vi kan desuden se, at enighedsprocenten generelt stiger med uddannelsesniveau (figur 45):

For aldersgrupperne skiller den yngste (15-19 år) sig ud med 59 %, mens de øvrige ligger på mellem 70 og 81 % helt eller delvist enig. Den samlede indekssværdi for ”Digital kontakt med det offentlige” er 7,1.

Figur 44: Jeg synes, at digital kontakt med det offentlige er besværligt.



Figur 45: Mine oplevelser med at bruge digitale offentlige tjenester er for det meste gode. – Uddannelse – ”Helt/delvist enig”





## Myndigheders tilstedeværelse på sociale medier

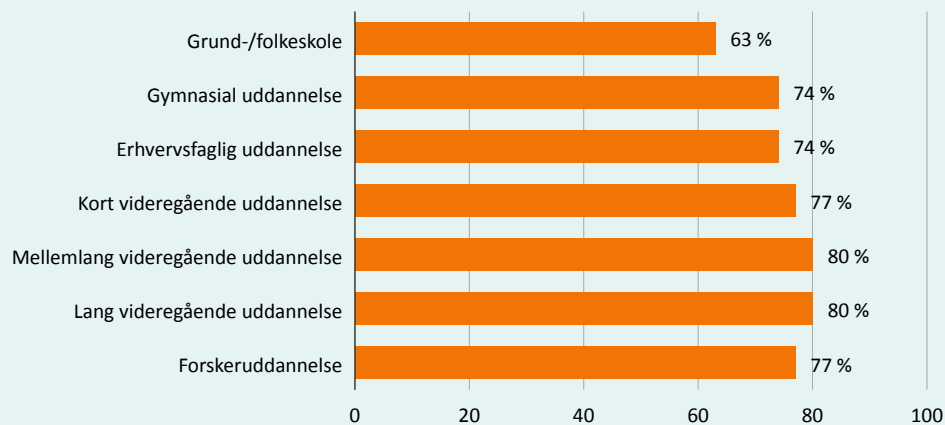
Her spurgte vi i surveyen, om det er gavnligt for den demokratiske samtale og offentlige debat, at de danske myndigheder har en tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier. 76 % er helt eller delvist enige, mens 6 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indekssværdi på **7,0**. Igen skiller den yngste aldersgruppe (15-19 år) sig ud fra de andre med 58 % helt eller delvist enig mod 70-81 % for de øvrige aldersgrupper. Med hensyn til uddannelse ser vi en generel stigning

i takt med længden af uddannelse (se figur 46). Særligt de grund- og folkeskoleuddannede skiller sig ud med 63 % helt eller delvist enige, mens de øvrige grupper ligger på mellem 74 og 80 %.

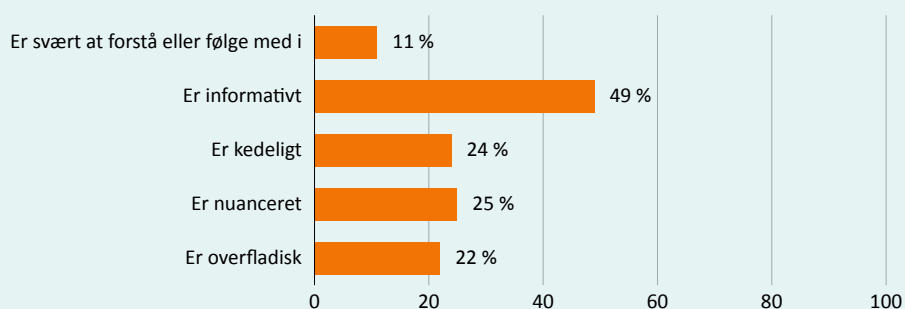
## Myndigheders indhold på de sociale medier

Her har vi spurgt på samme måde, som vi gjorde med nyhedsmedier og politikere ovenfor. Spørgsmålene kan ses i figur 47 nedenfor og har en samlet indekssværdi på **5,9**.

**Figur 46: Det er gavnligt for den demokratiske samtale og offentlige debat, at de danske myndigheder har en tilstedeværelse på de digitale platforme og sociale medier. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**



**Figur 47: De danske myndigheders indhold og opslag på de digitale platform og sociale medier ... – "Helt/delvist enig"**





## Fokus: Har myndighedernes indhold en negativ indvirkning på humøret?

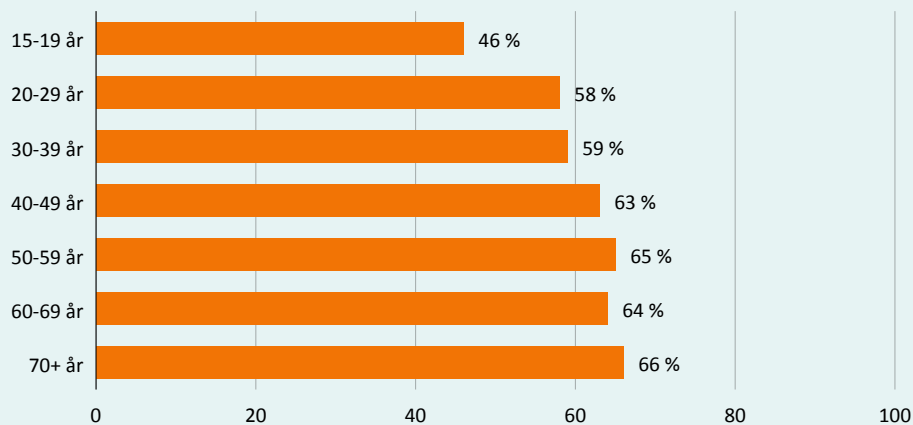
Vi har i surveyen spurgt, hvorvidt politikernes indhold har en negativ indvirkning på respondenternes humør. **13 %** angiver, at de er helt eller delvist enige i dette, mens **33 %** er helt eller delvist uenige.

### Myndighedernes ageren på de sociale medier

For at undersøge respondenternes holdning til myndighedernes ageren på de sociale medier har vi ligeledes stillet to forskellige spørgsmål. Det første går på, om respondenterne har tillid til, at de danske myndigheders kommunikation på de digitale platforme og sociale medier er sandfærdig. Her er 62 % helt eller delvist enige, mens 9 % er

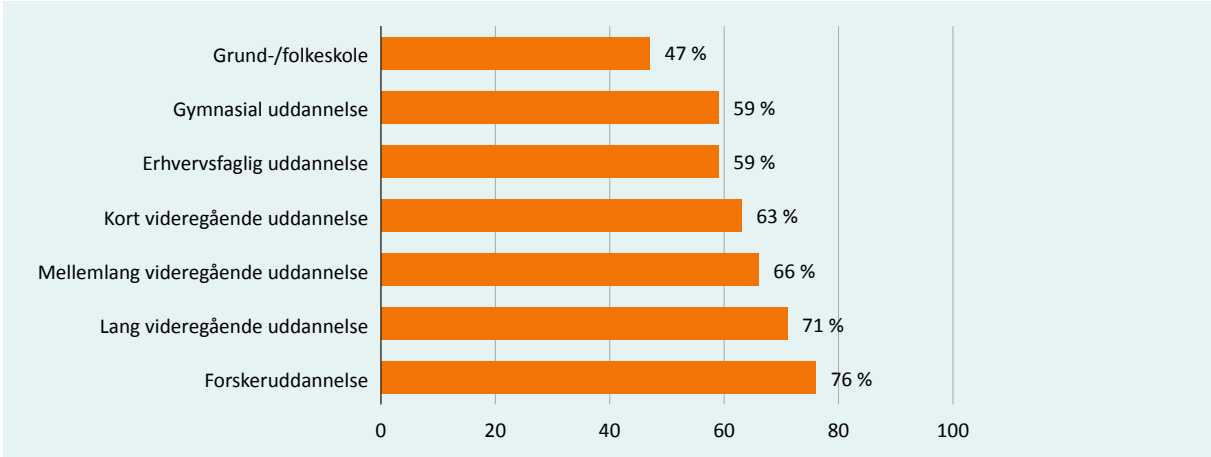
helt eller delvist uenige, hvilket giver en indeksværdi på **7,1**. Vi ser en generel sammenhæng med alder, hvor enighedsprocenten stiger for hver aldersgruppe (figur 48). Særligt mærkbar er forskellen mellem de 15-19-årige (46 %) og de øvrige grupper (58-66 %). Samme mønster ser vi med hensyn til uddannelse, hvor enighedsprocenten stiger i takt med længden af uddannelse (figur 49).

Figur 48: Jeg har tillid til, at de danske myndigheders kommunikation på de digitale platforme og sociale medier er sandfærdig. – Alder – "Helt/delvist enig"





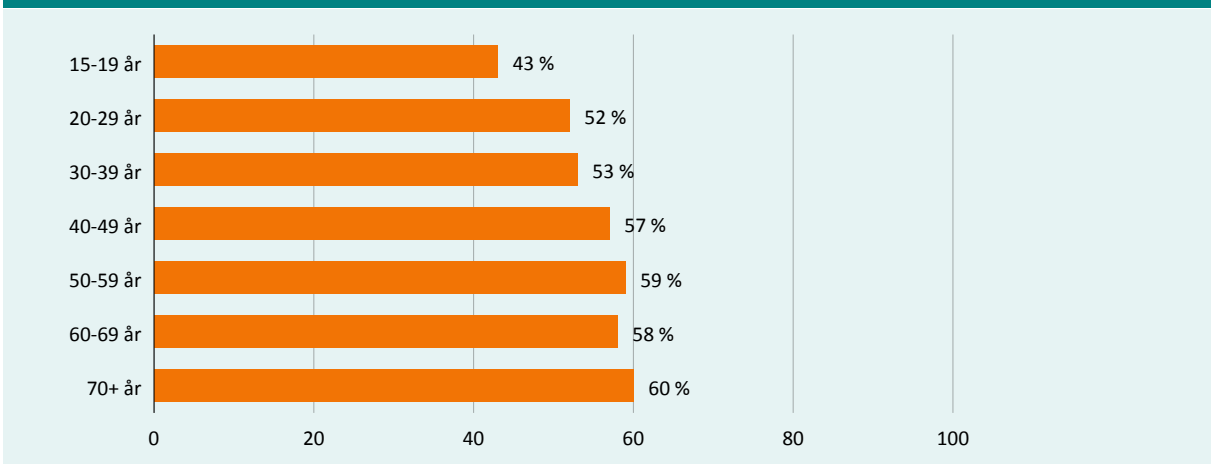
**Figur 49: Jeg har tillid til, at de danske myndigheders kommunikation på de digitale platforme og sociale medier er sandfærdig. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**



Derudover spurgte vi respondenterne, om de har tillid til, at de danske myndigheder benytter de digitale platforme og sociale medier på en måde, der er ansvarlig og til gavn for det danske demokrati. Her er 56 % helt eller delvist enige, mens 9 % er helt eller delvist uenige, hvilket giver en indeks-

værdi på 6,9. Igen ser vi klare tendenser med hensyn til alder (figur 50) og uddannelse (figur 51), hvor en stigning i hhv. alder og uddannelsesniveau fører til en stigning i enighed. Den samlede indekssværdi for "Myndighedernes ageren på sociale medier" er 7,0.

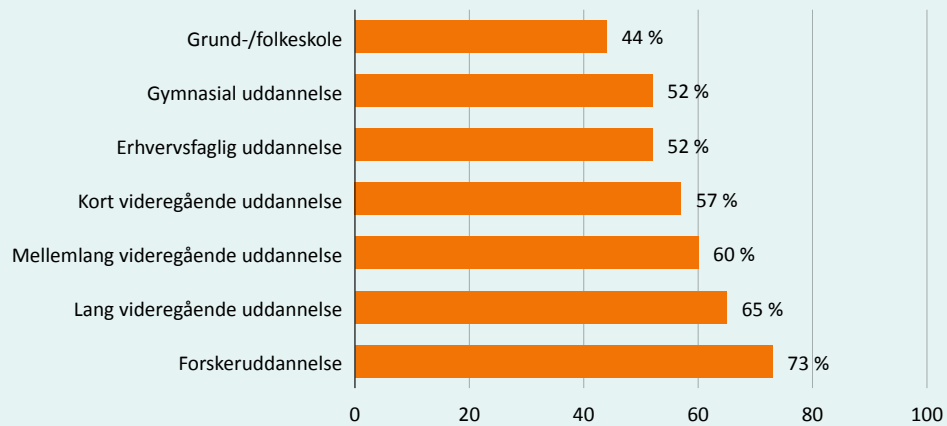
**Figur 50: Jeg har tillid til, at danske myndigheder benytter de digitale platforme og sociale medier på en måde, der er ansvarlig og til gavn for det danske demokrati. – Alder – "Helt/delvist enig"**







**Figur 51: Jeg har tillid til, at danske myndigheder benytter de digitale platforme og sociale medier på en måde, der er ansvarlig og til gavn for det danske demokrati. – Uddannelse – "Helt/delvist enig"**





## 6. Perspektivering: TikTok – det spæde potentiale?



Mens vi udførte undersøgelsen af det danske digitale demokrati 2024, var TikTok først og fremmest en platform omgivet af kontroverser. ByteDance, virksomheden der ejer TikTok, er baseret i Kina, hvilket har skabt bekymring i flere vestlige demokratier. I 2023 anbefalede Center for Cybersikkerhed, at danske statslige ansatte skulle slette appen fra deres smartphones, da der ikke var tillid til, at potentielt følsomme data ikke blev delt med de kinesiske myndigheder. Ligeledes var platformen i en kort periode i starten af 2025 blokeret i USA, idet de amerikanske myndigheder forsøgte at presse ByteDance til at sælge TikTok til et amerikansk selskab. Sådanne geopolitiske kampe skaber på mange måder usikkerhed om platformens fremtid, men samtidig har TikTok været den suverænt hurtigst voksende platform siden 2020 – især hos personer under 30 år. Og noget tyder på, at platformen ikke bare er kontroversiel udadtil, men at indholdet på platformen også er ved at skifte karakter fra underholdning i sin letteste form til mere politisk tyngde [29].

Den brede danske befolkning er langt mere massivt til stede på Facebook, men noget tyder på, at TikTok eller en lignende platform kan blive en central del af fremtidens digitale demokrati. Derfor har vi valgt at foretage en mindre supplerende og perspektiverende undersøgelse af TikTok-offentligheden i Danmark. Da TikTok er baseret på videodeling og har en radikalt anderledes brugerflade end Facebook, har vi valgt ikke at foretage en direkte sammenligning mellem digital adfærd i den brede offentlighed. I stedet vil dette afsnit afdække nogle udvalgte emner, som kan hjælpe os med at forstå TikToks potentiale for det digitale demokrati i Danmark.

## Brugere på TikTok

I tråd med alle tidligere undersøgelser viser resultaterne fra surveyen, at det i høj grad er yngre personer, der er til stede på TikTok. Således ser vi, at TikTok-profilerne generelt fordeler sig skævt i den danske befolkning: 85 % af de 15-19-årige, 62 % af de 20-29-årige, 23 % af de 30-39-årige, 9-10 % af de 40-59-årige – og blot 1-2 % af respondenterne på 60+ har en profil på platformen. Desuden er der en klar tendens til, at TikTok-brugere er aktive på tværs af mange platforme, især Snapchat, Discord, Reddit, YouTube og Instagram. Endelig kan vi se, at

TikTok-brugerne foretrækker at få nyhedsindhold udvalgt automatisk til dem, baseret på hvad de tidligere har set, læst eller lyttet til (også kaldet ”algoritmisk kurateret nyhedsindhold”) gennem sociale medier frem for at finde det gennem nyhedsmediernes egne apps eller hjemmesider.

## Digitalt datagrundlag

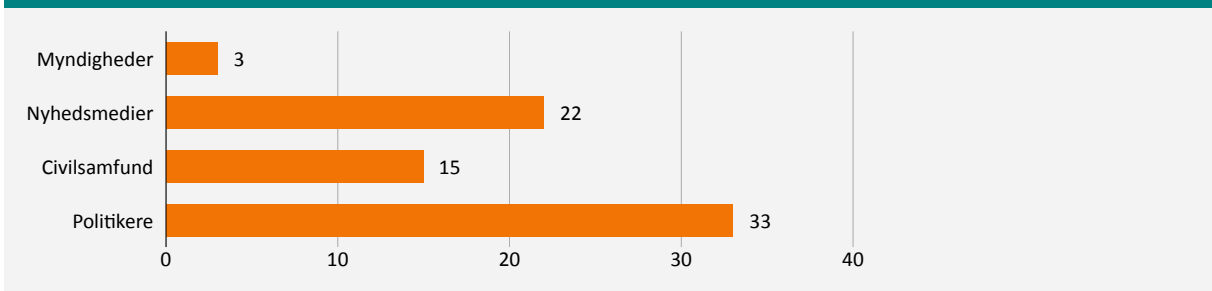
Som pendant til den danske Facebook-offentlighed har vi skabt en repræsentation af den danske TikTok-offentlighed for perioden 1/8-2023 til 1/8-2024, dog i lidt mindre skala. Dette er gjort ved at benytte TikToks Researcher API til at søge efter brugere, der er blevet registreret fra Danmark. Her har vi taget en tilfældigt udvalgt stikprøve bestående af 10.000 brugere, hvorefter vi har indhentet lister over alle de TikTok-profiler, som disse brugere har valgt at følge. Dette giver en samling på knap 100.000 brugere i alt. Fra den samlede mængde brugere har vi yderligere indsamlet en tilfældigt udvalgt stikprøve på omkring 250.000 posts fra alle brugere, der både er registreret som danske og er fulgt af minimum 10 brugere i den oprindelige stikprøve på 10.000 danske brugere.

## Samfundsaktører på TikTok

I analysen af TikToks betydning for det danske digitale demokrati er det først og fremmest værd at lægge mærke til, at platformen ikke har vundet indpas hos etablerede aktører i samme grad som Facebook. Blandt politikere, civilsamfundsaktører, myndigheder og nyhedsmedier er forholdet mellem Facebook- og TikTok-profiler mere end fem til én. Især myndighederne er meget sparsomt repræsenteret på TikTok, hvilket højst sandsynligt er en direkte følge af den tidligere nævnte anbefaling fra Center for Cybersikkerhed om, at statslige ansatte skulle undgå appen. Det er uklart, om anbefalingen i nogen grad også har vakt genklang hos politikere, nyhedsmedier og civilsamfundsaktører. Der kan være mange andre grunde til, at en stor del af aktørerne har fravalgt at have en profil på TikTok, fx manglende ressourcer, utilfredshed med formatet eller almindelig langsommelighed med at vænne sig til platformen.



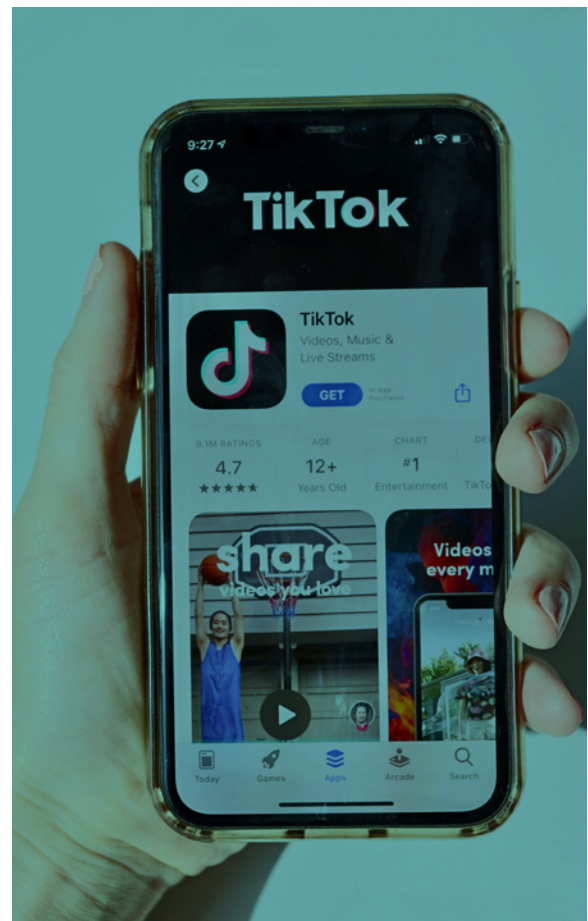
Figur 52: Antal TikTok-profiler fordelt på forskellige samfundsaktører



Når vi ser på de 100 mest fulgte aktører i den danske TikTok-offentlighed, har størstedelen primært til formål at skabe underholdende indhold frem for debat. Her er det især musikere, skuespillere, komikere, realitystjerner, sportsfolk og andre typer af underholdningsinfluencere, der udfylder listen. Dog er både Zetland og TV2-Øst med på top-100 listen, hvilket vidner om, at der også på TikTok er publikum til nyhedsmedier, der vil engagere sig med formatet. På samme måde er politiske aktører også til stede: Enhedslisten, Alternativet og Liberal Alliance er alle på top-100 listen, hvor de er repræsenteret med både parti-profiler og individuelle politikere. De digitale metoder viser, at interaktionen med folketingspolitikere på TikTok i overvejende grad rettes mod partier uden for regeringen såsom Liberal Alliance og Enhedslisten.

Resultaterne fra spørgeskemaet viser, at TikTok-brugere oftere engagerer sig med politikere, civilsamfundsaktører og nyhedsmedier på sociale medier sammenlignet med gennemsnittet. Selv hvis man korrigerer for den gruppe af mennesker, der aldrig benytter sociale medier, er TikTok-brugere signifikant overrepræsenteret i den gruppe, der svarer, at de liker eller kommenterer politikere, civilsamfundsaktører og nyhedsmedier mindst ugentligt.

Derudover er det værd at bemærke, at TikTok-brugere i spørgeskemaundersøgelsen er blandt dem, der føler sig *mindst* skråsikre, med hensyn til om de til tider deler misinformation. Andelen af respondenter, der bruger TikTok, og svarer, at de aldrig deler misinformation, er kun en tredjedel af gennemsnittet. I stedet er der en markant overvægt af TikTok-brugere, der svarer ”ved ikke” til spørgsmålet om, hvor ofte de deler misinformation. Samtidig ser færre TikTok-brugere misinformation som et stort samfundsproblem.





## Den offentlige samtale på TikTok

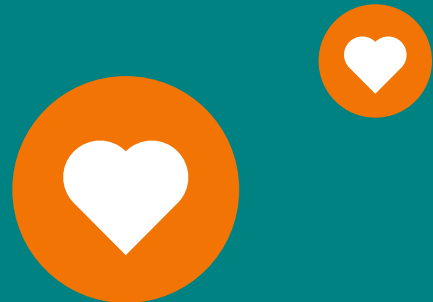
For at udforske den offentlige samtale på TikTok har vi lavet et netværk over de hashtags, der oftest bliver anvendt sammen. Fra netværket er det muligt at udlede et antal distinkte samtaleområder, som vi har kategoriseret på baggrund af de hashtags, der oftest benyttes. Netværket bekræfter det overordnede billede af TikTok som en platform, der primært bruges til underholdning. Politik er kun et enkelt emne ud af mange andre, der primært har med underholdning, sport, hverdagsliv eller kulturelle særinteresser at gøre. Der er også en udbredt opmærksomhed rettet mod emner, der i den bredere samfundsdebat og nyhedsstrøm vil indikere en subkulturel niche, fx Kpop, Pokemon, gaming, negle og makeup. Dog ser vi også, at TikTok bruges til at engagere sig i særlige samfundsdebatter, fx krigen i Gaza eller mentalt helbred, og til at skabe sammenhold mellem minoritetsgrupper, fx LGBTQ+ eller arabiske minoriteter i Danmark.

Ligesom for Facebook-offentligheden har vi også i TikTok-netværket identificeret posts, der omhandler politik og samfund. Vi finder, at 10,5 % af alle posts bidrager til samfundsrelevante samtaler (dvs. er ikke ren underholdning), hvilket er betydeligt mindre end på Facebook, hvor samfundsrelevant indhold udgør mere end halvdelen af alle posts.

Denne korte perspektivering til TikTok peger først og fremmest på behovet for flere studier, der kan udfolde, hvordan særligt unge mennesker deltager i det digitale demokrati, men vi har også givet en lille forsmag på, hvad sådanne studier måske vil finde: mere sammenblanding af underholdning og politik, mere specialiserede samtaler, en større mængde misinformation og en højere tolerance for misinformation. En mere legende, vildere, men potentielt også mere engagerende offentlighed – det må tiden vise.



# 7. Samlet vurdering af det danske digitale demokratis tilstand





Med udgangspunkt i resultaterne for hver af de 15 underdimensioner – og med blik for vores perspektivering til TikTok – vender vi os i dette afsluttende afsnit mod en diskussion af de væsentligste tendenser. Her peger vi på mulige forklaringer på, hvad der henholdsvis styrker og svækker det digitale demokrati, og samtidig udfolder vi måden, vores spørgeskemaundersøgelse og digitale studier supplerer hinanden på. Endelig ser vi nærmere på de demografiske forskelle, vi har fundet, og peger på andre, som fortjener bedre belysning i fremtidige undersøgelser.

Overordnet kan vi se de samlede indekxsværdier på hhv. **5,7** for surveyen og **6,4** for den digitale undersøgelse som et udtryk for, at "glasset er

halvt fuldt." Dog er den store spredning mellem resultaterne for de 15 underdimensioner mere iøjnefaldende end det samlede resultat, hvilket betyder, at en mere nuanceret konklusion er, at det digitale demokrati består af mange "glas" – nogle næsten fulde, nogle næsten tomme og en del er midt imellem. I det følgende ser vi først på, hvordan den generelt gode adgang og høje deltagelse i enkelte dimensioner trækker op, og dernæst udfolder vi, hvordan den lave deltagelse i de fleste dimensioner og den generelt lave tillid til de forskellige aktører samt den dårlige oplevelse af det digitale demokrati trækker ned.

## 7.1 Hvad trækker resultaterne op?

---

På tværs af de fem dimensioner er det i både surveyundersøgelsen og den digitale undersøgelse *adgangen* til det digitale demokrati, der trækker op. Der er nogle variationer dimensionerne imellem, ligesom der er forskel på de to undersøgelser. For eksempel er "adgang til politikere og civilsamfundsaktører" i den digitale undersøgelse med en indekxsværdi på 9,1 den absolutte top-scorer. Selvom surveyresultatet for denne underdimension også er over gennemsnittet, så scorer "adgang til formelle demokratiske institutioner" (7,8) højere her. Den underdimension får til gengæld ikke en særligt høj score i den digitale undersøgelse (4,3). Begge undersøgelser finder stor "deltagelse i det digitale offentlige rum," som med 8,3 for begge er det næsthøjeste resultat samlet set.

Man kan se disse resultater som et udtryk for, at *grundbetingelserne for det digitale demokrati er til stede*: god adgang til det digitale offentlige rum generelt og god digital adgang til demokratiets centrale aktører vidner om det danske samfunds høje grad af digitalisering. Her flugter vores undersøgelser med andre undersøgelser af digitalisering, hvor Danmark konsekvent ligger i top<sup>[27]</sup>,<sup>[30]</sup>. Samtidig er det – som vores resultater viser – langt fra sådan, at den gode adgang fører direkte til høj deltagelse og positiv oplevelse, og selv hvor der er høj deltagelse, er det ikke entydigt positivt. Derfor vender vi os nu mod det, der trækker resultaterne ned.



## 7.2 Hvad trækker resultaterne ned?

Som nævnt er ”deltagelse i det digitale offentlige rum” den næsthøjeste indekssværdi, men samtidig er ”oplevelse af det digitale offentlige rum” med en værdi på 4,8 i den lave ende, og på tværs af dimensionerne scorer de digitale platforme lavest på tillid. Vi nævner dette både for at påpege, at underdimensionen ”deltagelse i det digitale offentlige rum” bryder med den generelle tendens til, at deltagelsen er lavere end adgangen, og for at fastslå, at netop denne indekssværdi, selvom den isoleret set er positiv, bør tages med et gran salt. Vi peger således på tre tendenser, der modvirker det ellers stærke udgangspunkt og svækker det digitale demokrati:

### Lavt interaktionsniveau

Selvom vi med de digitale metoder kan påvise en relativt stor andel af samfundsrelevant indhold i Facebook-offentligheden (og en mindre andel for TikTok), så viser resultaterne fra både spørgeskemaet og den digitale undersøgelse, at det ikke er en ret stor andel af danskerne, der deltager i det digitale demokrati.

Det er særligt tydeligt i undersøgelsen af borgernes digitale interaktion med politikeres og civilsamfundsaktørers indhold (dvs. underdimensionen ”deltagelse i ... politikere og civilsamfundsaktører”), hvor indekssværdien på 2,5 for surveyundersøgelsen er den laveste samlet set, og værdien på 3,9 er det laveste resultat for den digitale undersøgelse. Det er særligt interessant, fordi det digitale studie af ”adgang til politikere og civilsamfundsaktører” som nævnt gav det absolut højeste resultat. Her er kontrasten mellem adgang og deltagelse altså særligt stor, men det er en generel tendens for hele undersøgelsen.

*Den digitale offentlige debat i Danmark er således drevet af få, men meget aktive borgere og finder sted på relativt få forskellige samfundsaktørers sider – selvom der er rig adgang til både samfundsrelevant indhold og indhold fra samfundsaktører. Dette er tydelige eksempler på, at det demokratiske potentiale, der ligger i den gode adgang, ikke omsættes til deltagelse i det danske digitale demokrati; tværtimod kan det lave interaktionsniveau give anledning til bekymring. Samtidig ser vi, at niveauet for ”holdning til” generelt er på linje med deltagelsesniveauet, mens der er vigtige forskelle på de oplevelser og vurderinger, som vi undersøger i surveydelen, og de indholds- og adfærdsmønstre, de digitale metoder viser os. Den pointe udfolder vi herunder.*

### Negative oplevelser af problematisk indhold

Respondenterne i surveyen er generelt *kritiske over for indholdet på de digitale platforme og sociale medier* og rapporterer, at de møder problematisk indhold i stort omfang. Dette giver lave indekssværdier for misinformation (3,8), fake news (5,1) samt fjendtligt, hadefuldt eller nedværdigende indhold (4,8), og som nævnt er tilliden til de sociale medier også lav – et mønster, der med stor sandsynlighed kun er blevet forstærket, efter at vores måling af det digitale demokratis tilstand i 2024 er afsluttet.

I det digitale studie kan vi imidlertid se, at de potentielt skadelige former for indhold ikke er så udbredte, som respondenterne oplever det. Hvor misinformation og hadtale er nogle af de indikatorer, der trækker mest ned i surveyundersøgelsen, trækker de op i det digitale studie. Her beregner vi indekssværdien for misinformation til 8,8, og for sproglige angreb i kommentarer til posts på tværs af den danske Facebook-offentlighed får vi en værdi på hele 9,7. Det vil sige, at der er meget lidt af begge dele, hvilket vi opfatter som positivt for det digitale demokrati. Dog er indekssværdien for fordelingen af disse sproglige angreb blot 1,8, hvilket viser, at det især er alternative medier og diskussionsgrupper med tilknytning til de politiske fløje, der har en høj andel af sproglige angreb i kommentarerne. Emnemæssigt er det flygtninge og integration, der suverænt er det emne, der ansporer til flest sproglige angreb. På samme måde er spredningen af misinformation koncentreret i nogle dele af Facebook-offentligheden. For nogle brugere vil forekomsten af disse typer indhold givetvis være højere end andre, men vores resultater peger alligevel på en diskrepans mellem den oplevelse af det digitale demokrati, som surveyen viser, og det billede af det digitale demokrati, som de digitale metoder tegner.

Med disse fund flugter vores undersøgelse med resultater fra andre aktuelle studier af det danske digitale demokrati. Når man spørger folk, er de bekymrede <sup>[3]</sup>, <sup>[31]</sup>, og når man bruger digitale metoder, finder man mindre misinformation og hadtale, end bekymringsgraden måske giver anledning til at tro <sup>[32]</sup>. Det betyder dog ikke, at der ikke er grund til bekymring, da en lille mængde skadeligt indhold dels kan få uforholdsmæssigt stor eksponering, dels kan udgøre et stort problem, selv hvis det ikke spredes vidt og bredt. Den skæve spredning, som de digitale metoder viser, peger





netop på, at vi har at gøre med et problem, der rammer skævt. Den pointe udfolder vi yderligere om lidt, men først skal vi se nærmere på den lave tillid til platformene, der også udgør et stort problem for det digitale demokrati.

### Lav tillid til platformene

I surveyen stillede vi en række spørgsmål vedrørende respondenternes tillid til de sociale medier. Med en samlet indekssværdi på 4,0 ser vi, at der generelt ikke er ret stor tillid til platformene. Dette dækker over særligt lav tillid til, at de digitale platforme og sociale medier fjerner hadefuldt og skadeligt indhold (hhv. 3,4 og 3,9). Samtidig er respondenterne bekymrede for, om de bliver overvåget, når de benytter de digitale platforme og sociale medier (3,9). Og selv om respondenterne er lidt mindre bekymrede for, at de ikke har viden nok om, hvordan de digitale platforme og sociale medier håndterer data, er værdien her også relativt lav (5,1).

Den lave tillid til platformene kan forklare den lave deltagelse i de fire øvrige dimensioner, men flugter ikke med den høje deltagelse i det digitale offentlige rum som sådan. Pointen her synes snarere at være, at der kan være behov for bedre alternative platforme; en pointe, der lige nu synes at samle momentum og måske vil forme det digitale demokrati fremadrettet. I hvert fald er *stor deltagelse ikke lig med stor tillid, hverken for de digitale platforme eller for de aktører, der benytter dem mest*, hvilket også er et resultat, der kan genfindes i andre studier <sup>[33]</sup>. Og det er måske det digitale demokratis største dilemma, som netop afspejles i forskellene mellem de tre niveauer i vores undersøgelse: Hvordan kan adgang omsættes til deltagelse, og hvordan kan deltagelse omsættes til borgerinddragelse og demokratisk legitimitet?

## 7.3 Demografiske forskelle på digital deltagelse

De spørgsmål kan vi ikke svare på, men vi kan indikere, at de er mere presserende for nogle dele af befolkningen end for andre. Andre undersøgelser har vist, at det særligt er minoritetspersoner, der lægges for had i fx kommentarfeltet på politikernes og nyhedsmediernes sider, og at det omvendt er majoritetspersoner, der deltager mest online <sup>[3]</sup>. Samtidig er vores resultater for, om man føler sig repræsenteret i det indhold, der deles online, om man afholder sig fra at deltage, og om man er tilfreds med tonen online, noget blandede. Den samlede indekssværdi på lige over middel dækker over større forskelle – ikke bare mellem underdimensionerne, som allerede gennemgået, men også inden for dem.

Vi har rapporten igennem peget på demografiske forskelle inden for områder, hvor de er statistisk signifikante, hvilket gennemgående har været tilfældet med hensyn til alder og uddannelsesniveau og i nogle tilfælde også køn. Som beskrevet i metodeafsnittet indhentede vi i surveyen en række yderligere demografiske oplysninger om respondenterne, men desværre udgør etniske og religiøse minoriteter samt LGBTQIA+ personer en så lille andel af det samlede antal respondenter, at det er svært at sige noget repræsentativt om grupperne. Derfor har vi ikke inkluderet dem i hovedresultaterne, men vores studie indikerer – på linje med andre undersøgelser – at disse grupper er særligt udsatte og udgrænsede i det digitale demokrati. Fremtidig forskning bør undersøge og udfolde denne mulige skævvridning i det danske digitale demokrati.



# Referencer



- [1] The Economist Intelligence Unit, "Democracy Index 2022," The Economist Intelligence Unit, London, 2022.
- [2] M. S. Lorenzen, C. de Vreese, and A. Van Dalen, "Digital Democracy Centre undersøger: Danskernes brug af de sociale medier som nyhedskilder – og deres syn på fake news og disinformation", 2023, doi: 10.21996/TNNX-JE71.
- [3] Center for Sociale Medier, Tech og Demokrati, "Danskernes holdning til den demokratiske samtale på online platforme", Slots- og Kulturstyrelsen, 2024.
- [4] N. Newman, R. Fletcher, K. Eddy, C. T. Robinson, and R. K. Nielsen, "Reuters Institute Digital News Report 2023", Reuters Institute for the Study of Journalism, 2023, doi: 10.60625/RISJ-P6ES-HB13.
- [5] M. Coscia, "The Atlas for the Aspiring Network Scientist", Jan. 31, 2025, *arXiv*: arXiv:2101.00863, doi: 10.48550/arXiv.2101.00863.
- [6] J. Huang, H. Sun, Y. Liu, Q. Song, and T. Weninger, "Towards Online Multiresolution Community Detection in Large-Scale Networks", *PLoS ONE*, vol. 6, no. 8, p. e23829, Aug. 2011, doi: 10.1371/journal.pone.0023829.
- [7] V. D. Blondel, J.-L. Guillaume, R. Lambiotte, and E. Lefebvre, "Fast unfolding of communities in large networks", *J. Stat. Mech.*, vol. 2008, no. 10, p. P10008, Oct. 2008, doi: 10.1088/1742-5468/2008/10/P10008.
- [8] F. Nielsen, "On a Variational Definition for the Jensen-Shannon Symmetrization of Distances Based on the Information Radius", *Entropy*, vol. 23, no. 4, p. 464, Apr. 2021, doi: 10.3390/e23040464.
- [9] J. Groshek and M. Clough Groshek, "Agenda Trending: Reciprocity and the Predictive Capacity of Social Networking Sites in Intermedia Agenda Setting across Topics over Time", 15-27, Aug. 2013, doi: 10.12924/mac2013.01010015.
- [10] D. Angus, A. Bruns, E. Hurcombe, S. Harrington, and X. Y. (Jane) Tan, "Computational Communication Methods for Examining Problematic News-Sharing Practices on Facebook at Scale", *Social Media + Society*, vol. 9, no. 3, p. 20563051231196880, Jul. 2023, doi: 10.1177/20563051231196880.
- [11] J.-C. Plantin, C. Lagoze, P. N. Edwards, and C. Sandvig, "Infrastructure studies meet platform studies in the age of Google and Facebook", *New Media & Society*, vol. 20, no. 1, pp. 293-310, Jan. 2018, doi: 10.1177/1461444816661553.
- [12] S. S. Lai and S. Flensburg, "Gateways: Comparing Digital Communication Systems in Nordic Welfare States", 2023, *Nordicom, University of Gothenburg*, doi: 10.48335/9789188855848.
- [13] J. Van Dijck, T. Poell, and M. De Waal, *The Platform Society*, vol. 1. Oxford University Press, 2018, doi: 10.1093/oso/9780190889760.001.0001.
- [14] D. Stark and I. Pais, "Algorithmic Management in the Platform Economy", *Journal of Economic Sociology*, vol. 22, no. 3, pp. 71-103, 2021, doi: 10.17323/1726-3247-2021-3-71-103.
- [15] F. J. Zuiderveen Borgesius, D. Trilling, J. Möller, B. Bodó, C. H. De Vreese, and N. Helberger, "Should we worry about filter bubbles?", *Internet Policy Review*, vol. 5, no. 1, Mar. 2016, doi: 10.14763/2016.1.401.
- [16] A. Ross Arguedas, C. T. Robertson, R. Fletcher, and R. K. Nielsen, "Echo chambers, filter bubbles, and polarisation: a literature review", Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022, doi: 10.60625/RISJ-ETXJ-7K60.
- [17] M. Costello, J. Hawdon, T. J. Holt, and A. M. Bossler, "Hate Speech in Online Spaces", Cham: Springer International Publishing, 2020, pp. 1397-1416, doi: 10.1007/978-3-319-78440-3\_60.
- [18] M. Pérez-Escobar, D. Lilleker, and A. Tapia-Frade, "A Systematic Literature Review of the Phenomenon of Disinformation and Misinformation", *MaC*, vol. 11, no. 2, Mar. 2023, doi: 10.17645/mac.v11i2.6453.



- [19] E. Albaek, D. N. Hopmann, C. de Vreese, and E. Albæk, *Kunsten at holde balancen: Dækningen af folketingsvalgkampen i tv-nyhederne på DR1 og TV2 1994-2007*, i *Journalistik og samfund*, no. 3. Odense: Syddansk Universitetsforlag, 2010.
- [20] K. Koc-Michalska and D. Lilleker, "Digital Politics: Mobilization, Engagement, and Participation", *Political Communication*, vol. 34, no. 1, pp. 1-5, Jan. 2017, doi: 10.1080/10584609.2016.1243178.
- [21] M. S. Schäfer, "Digital Public Sphere," i *The International Encyclopedia of Political Communication*, 1st ed., G. Mazzoleni, Ed., Wiley, 2016, pp. 1-7, doi: 10.1002/9781118541555.wbiepc087.
- [22] W. L. Bennett and A. Segerberg, *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, 1st ed. Cambridge University Press, 2013, doi: 10.1017/CBO9781139198752.
- [23] L. Lindekilde and T. Olesen, *Politisk protest, aktivisme og sociale bevægelser*, 1. udgave. Kbh.: Hans Reitzel, 2021.
- [24] M. Edwards, *Civil society*, Fourth edition. Cambridge Medford, Mass: Polity press, 2020.
- [25] M. Halupka, "The legitimisation of clicktivism", *Australian Journal of Political Science*, vol. 53, no. 1, pp. 130-141, Jan. 2018, doi: 10.1080/10361146.2017.1416586.
- [26] Y. Li, J.-G. Bernard, and M. Luczak-Roesch, "Beyond Clicktivism: What Makes Digitally Native Activism Effective? An Exploration of the Sleeping Giants Movement", *Social Media + Society*, vol. 7, no. 3, p. 20563051211035357, Jul. 2021, doi: 10.1177/20563051211035357.
- [27] DESI, "Digital Economy and Society Index (DESI) 2022", European Commission, Bruxelles, 2023.
- [28] United Nations, "United Nations E-government Survey 2022," United Nations Department of Economic and Social Affairs, New York, 2022.
- [29] D. Vijay and A. Gekker, "Playing Politics: How Sabarimala Played Out on TikTok", *American Behavioral Scientist*, vol. 65, no. 5, pp. 712-734, May 2021, doi: 10.1177/0002764221989769.
- [30] World Bank, *Digital Progress and Trends Report 2023*. Washington, DC: World Bank, 2024.
- [31] Mandag Morgen, "Danskernes holdninger til det danske demokrati," *VoresStemmer*.
- [32] Analyse & Tal, Os & Data, and TrygFonden, "Angreb og had i den offentlige debat på Facebook", 2025.
- [33] P. Lorenz-Spreen, L. Oswald, S. Lewandowsky, and R. Hertwig, "A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy", *Nat Hum Behav*, vol. 7, no. 1, pp. 74-101, Nov. 2022, doi: 10.1038/s41562-022-01460-1.



## **Om Center for sociale medier, tech og demokrati**

Center for sociale medier, tech og demokrati er etableret som en del af Mediaaftalen 2023-2026. Centret er placeret i Digitaliseringsministeriet.

Centerets arbejdsopgaver omfatter bl.a. at bidrage med viden om brugernes mentale trivsel, om tech-giganternes betydning og konsekvenser for samfundet, og om hvilken indvirkning spredning af mis- og desinformation på digitale platforme har på den demokratiske samtale.

