

24.09, KS Innlandet, Lillehammer

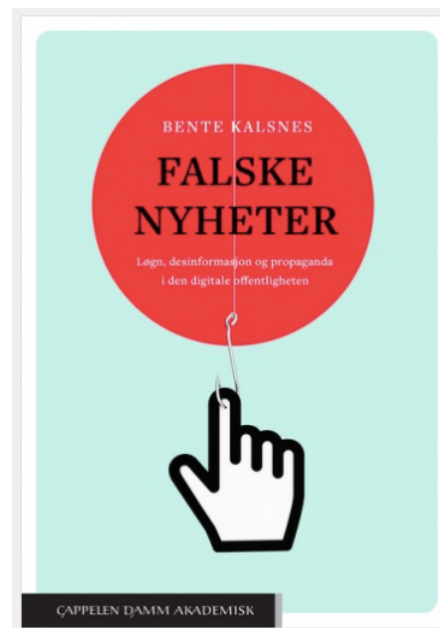
Den offentlige samtalen under stress

Bente Kalsnes
Førsteamanuensis
Institutt for kommunikasjon



Min bakgrunn

- Forsker og foreleser om digital journalistikk, politisk kommunikasjon, Institutt for kommunikasjon, Høyskolen Kristiania. Tidligere OsloMet og UiO.
- Har forsket på politisk kommunikasjon i sosiale medier, skrev avhandling om bruken av sosiale medier i 2013-valgkampen i Norge.
- Tidligere journalist og blogger.
- Skrevet bok om falske nyheter og desinformasjon.
- Medlem av Ytringsfrihetskommisjonen.



Agenda

- Digitalisering og hva det gjør med offentligheten
- Ubehagelige vs. ulovlige ytringer
- Hva kan gjøres?

1. Alle kan publisere og distribuere digitalt
2. Svekkelse av mediene/forlagenes rolle som portvoktere for nyheter og informasjon
3. Fragmenteringer – en hybrid medieoffentlighet

Sosiale medier i Norge Q1 2021

IPSOS SOME
TRACKER Q1'21

Andel i befolkningen som bruker daglig*



Facebook
69%



Messenger
48%



Snapchat
47%



Instagram
40%



YouTube
29%



Twitter
9%



LinkedIn
5%

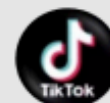


Pinterest
5%

*Andel i befolkningen 18 år +, uavhengig om man har profil

Andel i befolkningen som bruker daglig*

NOEN AV DE ANDRE VI FØLGER MED PÅ



TikTok
12%



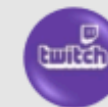
Whatsapp
11%



Reddit
5%



YouTube Kids
5%



Twitch
4%



Tinder
3%

*Andel i befolkningen 18 år +, uavhengig om man har profil



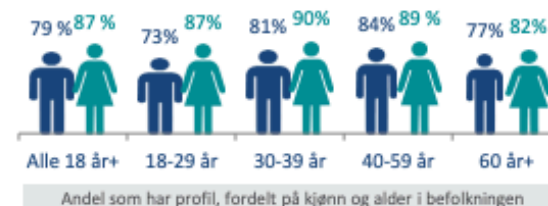
Facebook i Norge Q1 2021

IPSOS SOME

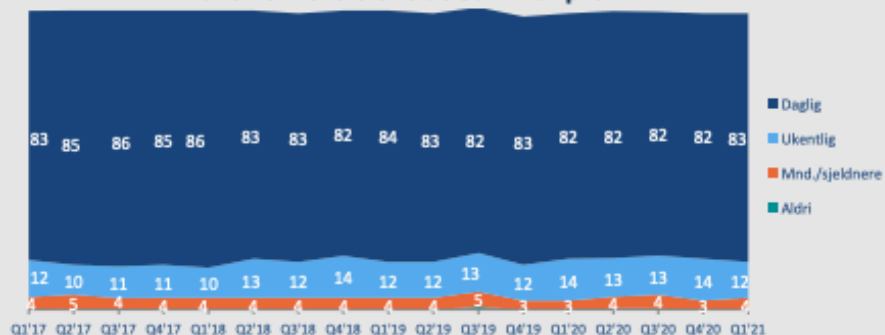
TRACKER Q1'21



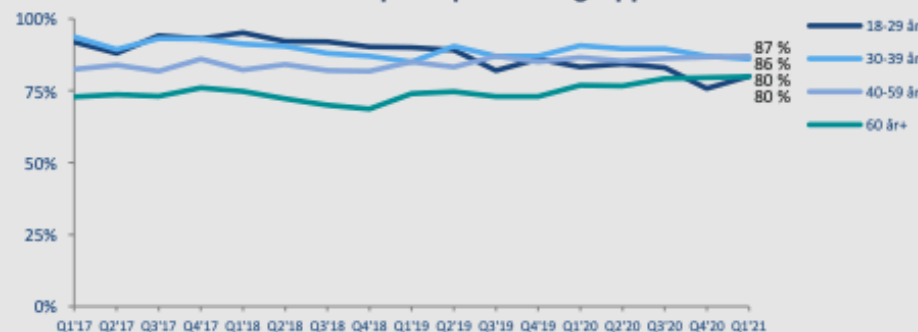
3 464 000 HAR PROFIL (83 %)



Bruksfrekvens blant de som har profil



Andel som har profil per aldersgruppe



Flere kvinner (87%) enn menn (79%) har profil på Facebook. Lavere andel fra 18-29 år (80%) har profil, enn fra 40-59 år (87%).



Flere kvinner (86%) enn menn (80%) bruker Facebook daglig, og mest ivrige er kvinner over 60 år (88%).



En lavere andel unge i alderen 18-29 år bruker Facebook daglig (76%), sammenlignet med eldre aldersgrupper som ligger mellom 80-88%.

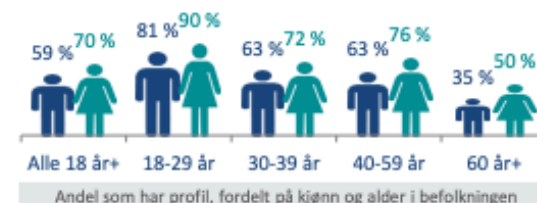


Snapchat i Norge Q1 2021

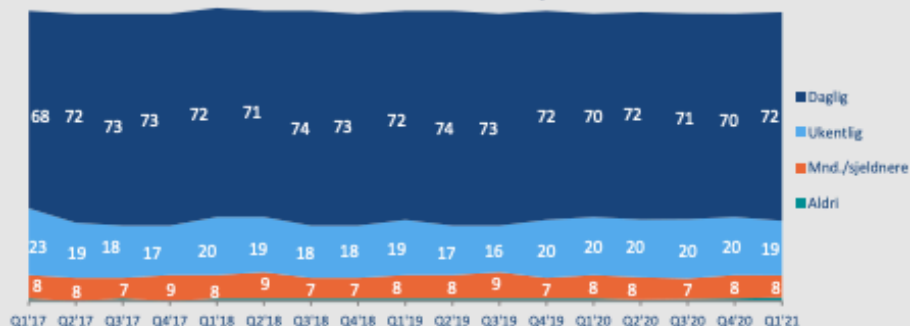
IPSOS SOME
TRACKER Q1'21



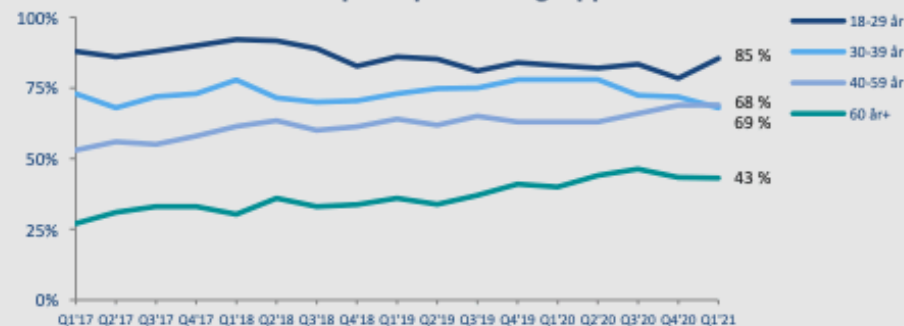
2 695 000 HAR PROFIL (65 %)



Bruksfrekvens blant de som har profil



Andel som har profil per aldersgruppe



Flere kvinner (70%) enn menn (59%) har profil på Snapchat. Andelen av de som har profil er lavest blant 60 år+ (43%) og høyest fra 18-29 år (85%).



En høyere andel fra 18-29 år (84%) og 30-39 år (80%) bruker Snapchat daglig, enn det eldre aldersgrupper gjør.



Flere unge, både gutter og jenter, oppgir nå å ha profil på Snapchat, andel som har profil øker fra 78% i fjerde kvartal 2020 til 85% i første kvartal 2021.





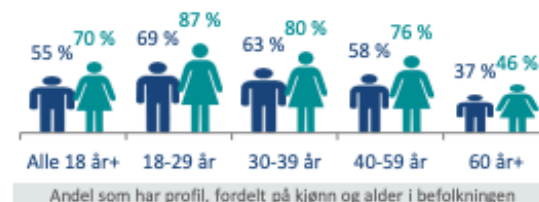
Instagram i Norge Q1 2021

IPSOS SOME

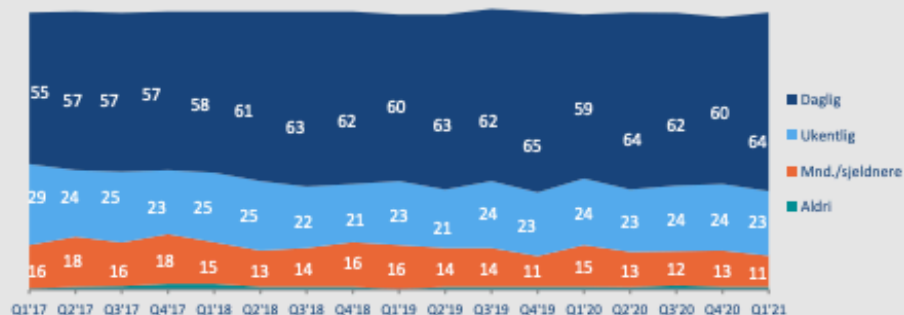
TRACKER Q1'21



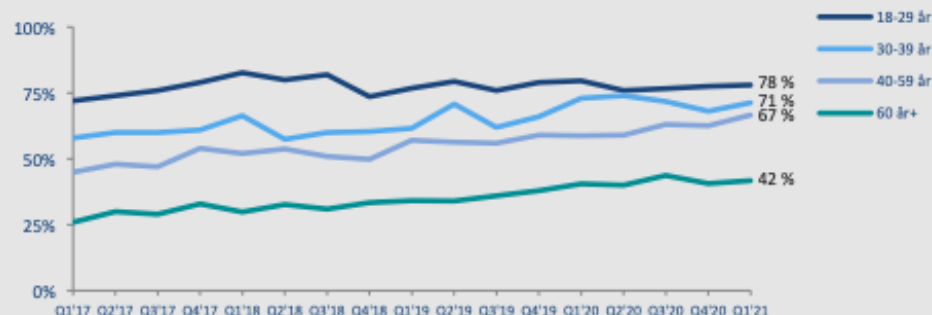
2 609 000 HAR PROFIL (63 %)



Bruksfrekvens blant de som har profil



Andel som har profil per aldersgruppe



Størst andel yngre fra 18-29 år (78%) som har Instagram profil, enn blant 60 år+ (42%).



En større andel av de som bor i storby (70%) bruker Instagram daglig, enn de som bor på landet (55%).



De mest ivrige er under 30 år men det er fortsatt høy daglig bruk helt frem til 60 år.





YouTube i Norge Q1 2021

IPSOS SOME

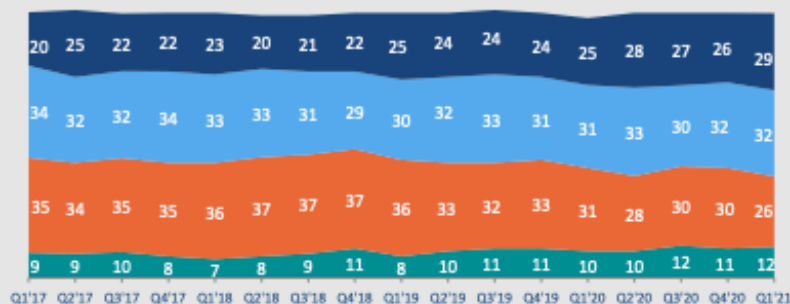
TRACKER Q1'21



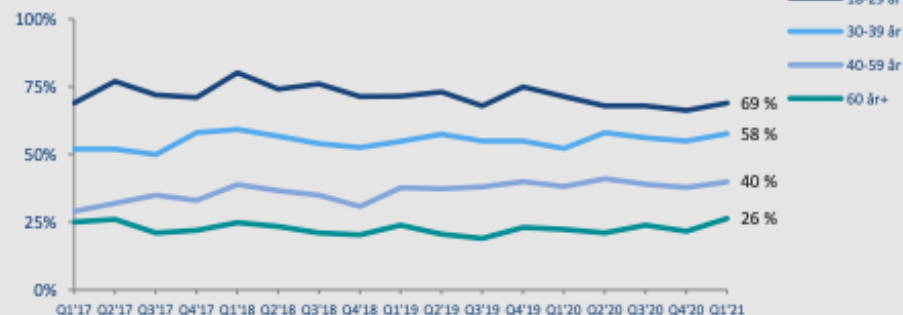
1 872 000 HAR PROFIL (45%)
3 636 000 BRUKER MÅNEDLIG
ELLER OFTERE (87%)



Bruksfrekvens i befolkningen



Andel som har profil per aldersgruppe



Størst andel fra 18-29 år har profil (69%) på YouTube, enn det 60 år+ (26%) har. En høyere andel menn (53%) har profil, enn det kvinner (37%) har.



Av de som har profil (45%) bruker 29% YouTube daglig, og blant disse kommer de fleste fra storby (36%).



Flest menn i alderen 18-29 år (63%) og 30-39 år (52%) bruker YouTube daglig. En stor andel kvinner fra 18-29 år (46%) bruker også YouTube daglig.



Twitter i Norge Q1 2021

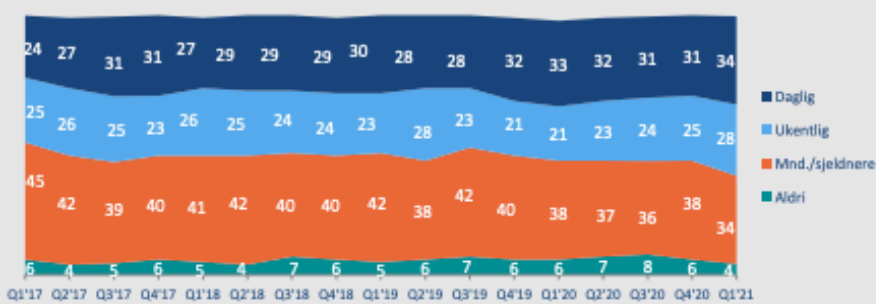
IPSOS SOME
TRACKER Q1'21



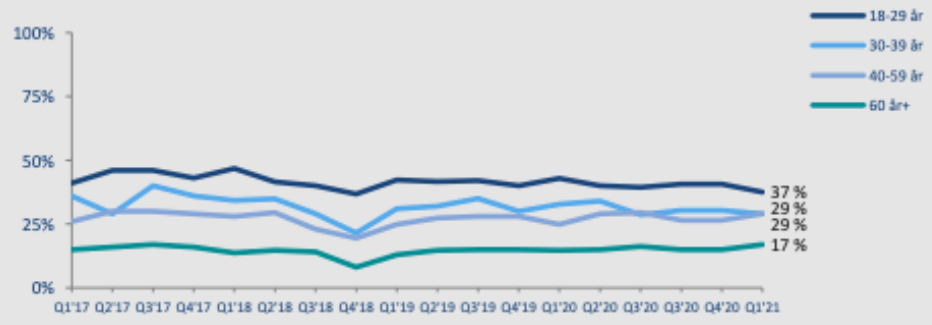
1 133 000 HAR PROFIL (27 %)



Bruksfrekvens blant de som har profil



Andel som har profil per aldersgruppe



En større andel menn (32%) enn kvinner (23%) har profil på Twitter. Størst er andelen fra 18-29 år (37%), minst er andelen 60 år+ (17%).



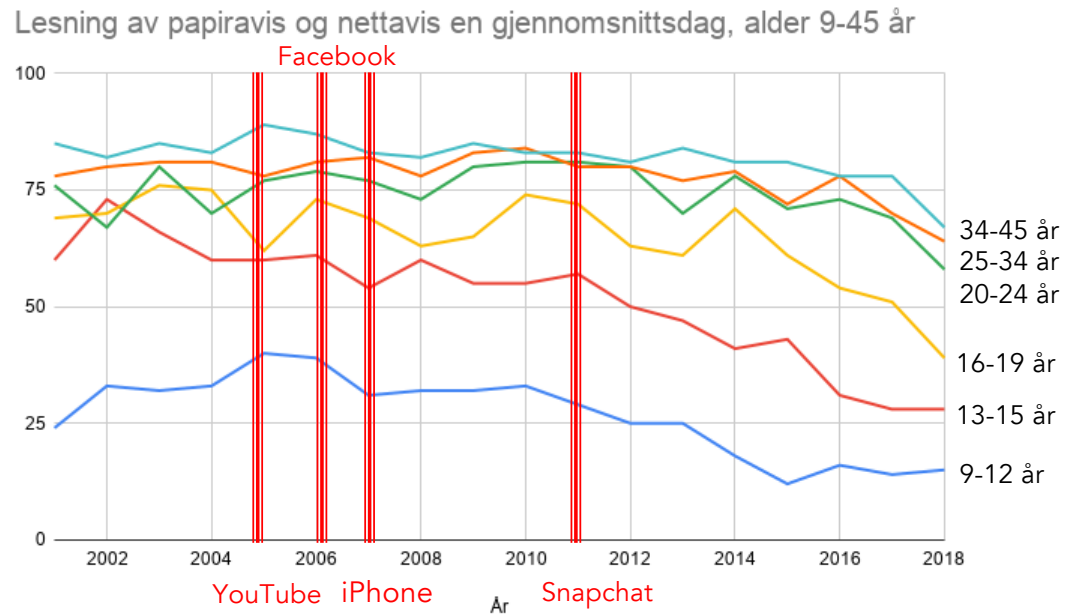
Av de som bor i storby bruker 40% Twitter daglig.




Blant yngre fra 18-29 år oppgis det at menn (39%) bruker Twitter noe mer daglig, enn det kvinner (36%) gjør.



1. Medievaner



KS undersøkelse: Hatefulle ytringer mot lokalpolitikere



Regjeringen.no

Søk

Tema ▾ Dokument ▾ Aktuelt ▾ Departement ▾ Regjering ▾

Du er her: [Forsiden](#) • [Aktuelt](#) ▾ • [Stadig flere lokalpolitikere blir utsatt for hatytringer](#)

[Del/tips](#) [Skriv ut](#)

Stadig flere lokalpolitikere blir utsatt for hatytringer

Pressemelding | Dato: 30.08.2021

Over halvparten av norske lokalpolitikere opplever trusler og hatytringer, viser en ny undersøkelse. – Dette er skremmende tall. Jeg synes det er trist og uakseptabelt at så mange lokalpolitikere har opplevd trusler og hatytringer. Jeg frykter at dette fører til at flere slutter å engasjere seg og at det blir vanskeligere å rekruttere folk til politikken, sier kommunal- og moderniseringsminister Nikolai Astrup.

Kommunal- og
moderniseringsdepartementet

TEMA

[Valg og demokrati](#)

RELATERT

- [Norske lokalpolitikeres erfaringer med trusler, hatytringer og plagsomme henvendelser](#)
- [Nye råd om hatefulle ytringer, hets og trusler mot politikere og kandidater](#)
Pressemelding | 30.08.2021

Hatefulle ytringer i sosiale medier

«Gjennomgangen av sakene om trusler, hatefulle ytringer m.m. som domstolene har behandlet i nyere tid, viser med tydelighet at de fleste uønskede ytringer rettet mot politikere (og andre) foregår på internett, via kanaler som for eksempel Facebook, YouTube og kommentarfelt i mer eller mindre etablerte medier.»

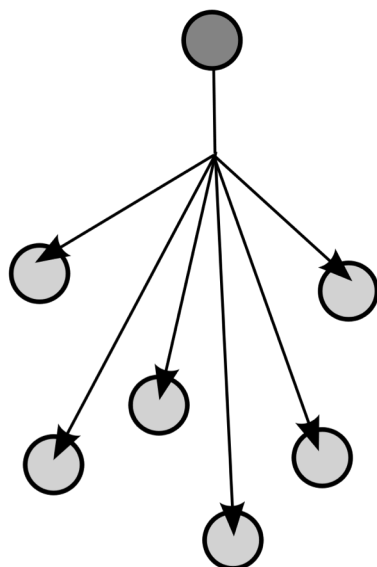
Hatefulle ytringer og trusler mot lokale folkevalgte Rettslige rammer, rettspraksis og kommunesektorens praksis FoU-prosjekt

1. Alle kan publisere og distribuere digitalt
2. Svekkelse av mediene/forlagenes rolle som portvoktere for nyheter og informasjon
3. Fragmenteringer – en hybrid medieoffentlighet

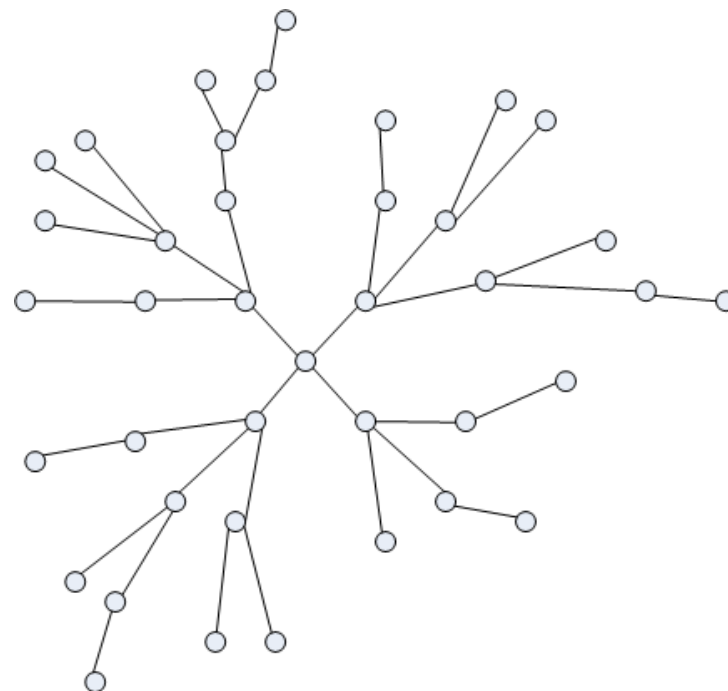
Medienes svekkede portvaktmakt

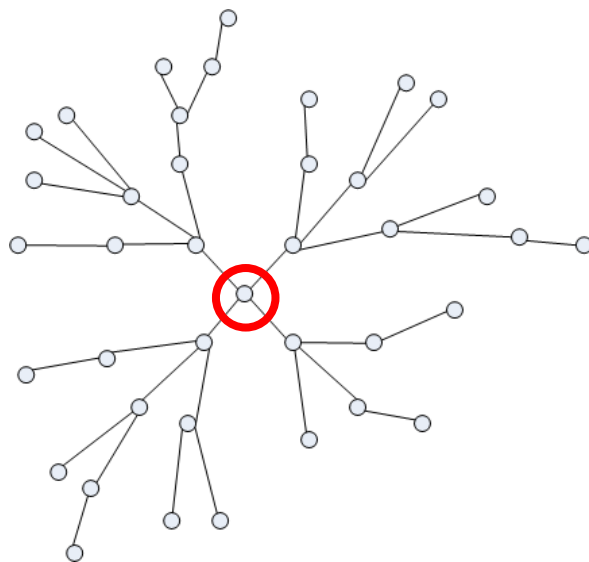


Kringkasting



Nettverk (sosiale medier)

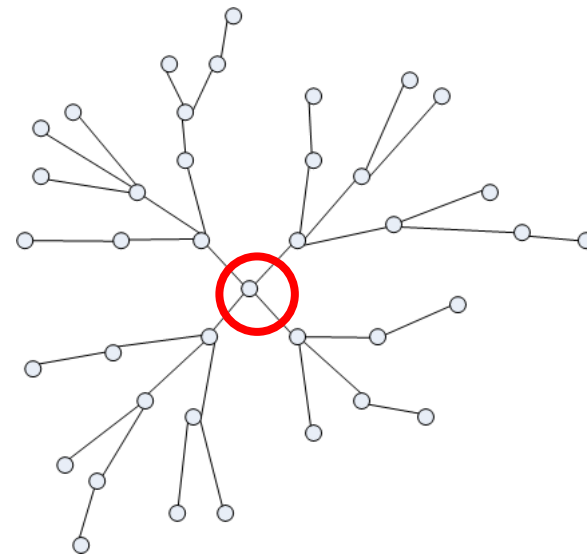




Sosiale nettverk

Endrer måten informasjon:

- Produseres
 - Distribueres
 - Brukes
 - Forstås?
-
- Nye premisser for:
dagsorden, portvaktene,
plattformmakt
 - Hybrid offentlighet – samspill
sosial medier og
redaksjonelle medier
 - Sosial media logikk



Plattformselskapene setter premissene for hvem som kommer til orde eller ikke

THE WALL STREET JOURNAL.

SIGN IN

the facebook files 

Facebook Says Its Rules Apply to All. Company Documents Reveal a Secret Elite That's Exempt.


A program known as XCheck has given millions of celebrities, politicians and other high-profile users special treatment, a privilege many abuse

By [Jeff Horwitz](#)

Sept. 13, 2021 10:21 am ET

 SHARE  TEXT

1168 RESPONSES 

 Listen to article (2 minutes)

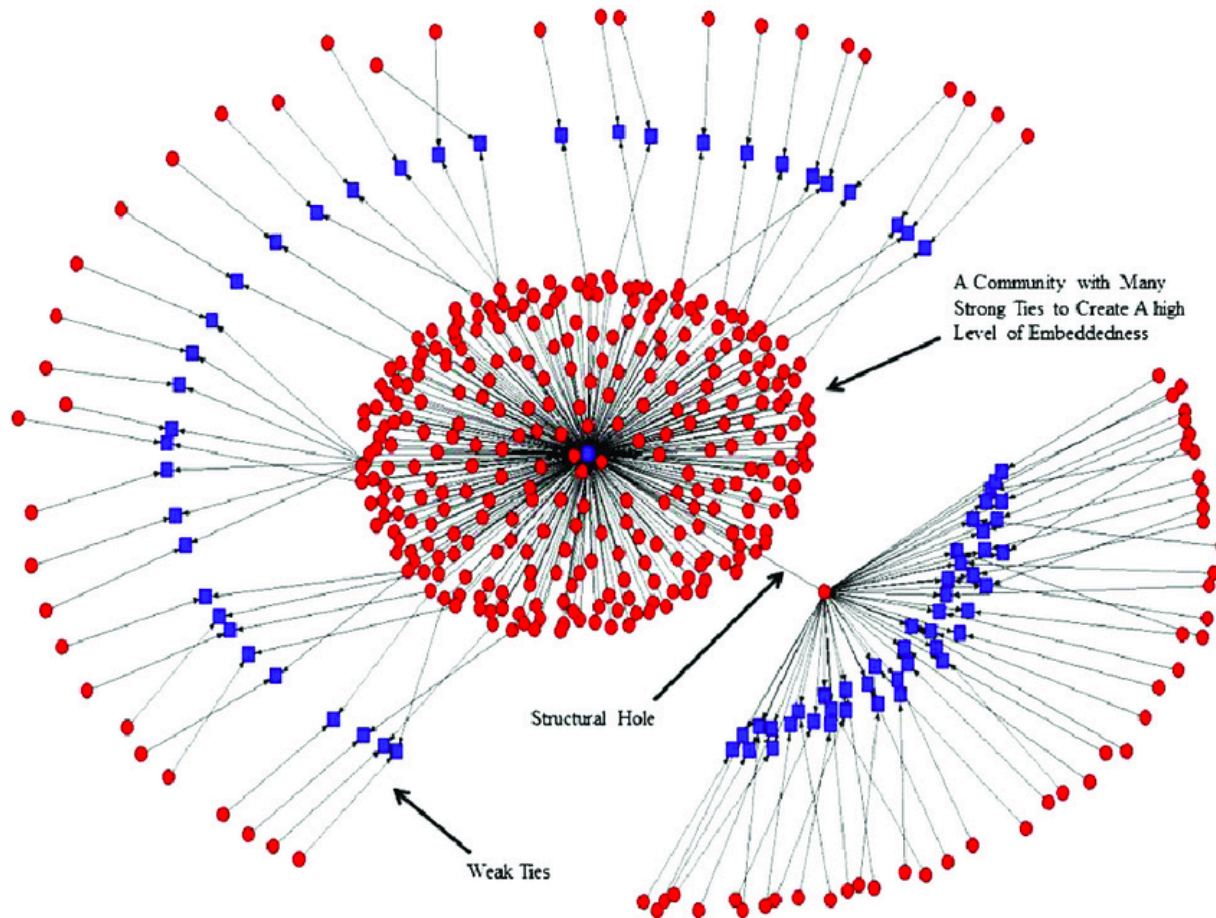
Mark Zuckerberg has publicly said Facebook Inc. allows its more than three billion users to speak on equal footing with the elites of politics, culture and journalism, and that its standards of behavior apply to everyone, no matter their status or fame.

THE WALL STREET JOURNAL.

1. Alle kan publisere og distribuere digitalt
2. Svekkelse av mediene/forlagenes rolle som portvoktere for nyheter og informasjon
3. Fragmenteringer – en hybrid medieoffentlighet

- Fragmentert mediebruk,
 - NRK en av få fellesarenaer
- Personifisering og målretting (eks. politiske partier)
 - Basert
- Algoritmer
 - filterbobler (informasjon) – ekkokammer (sosiale relasjoner)

Sosiale nettverk og filterbobler



Majoritetsillusjon



Vi som har fått nok av diktaturet på stortinget!

Offentlig gruppe · 11,4 k medlemmer

Bli medlem



«Nettverksstrukturer (for eksempel på Facebook) kan forvrengre personers observasjoner fra omgivelsene slik at synspunkter som egentlig er sjeldne, fremstår som overrepresentert i en persons nettverk. Denne effekten eller mekanismen kalles majoritetsillusjon (majority illusion) og kan få personer til å overvurdere utbredelsen av et standpunkt, som igjen kan skape ytterligere spredning i nettverket (Lerman, Yan, Wu, 2016).»

Kalsnes, 2019

Media og nyheter handler om
sosiale relasjoner – også når
det gjelder desinformasjon:

The Media Are about Identity, Not Information

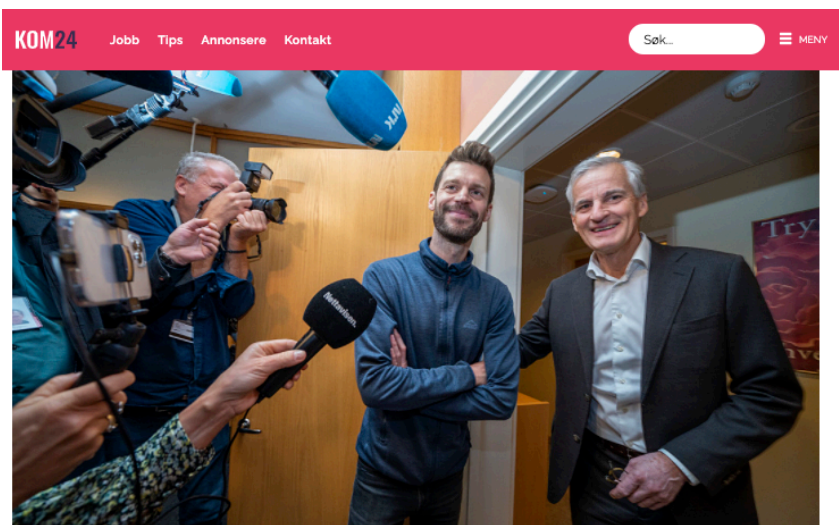
This is not to say that information is not important. It is, especially information that journalists provide about matters that are not already politicized. It is to say that identity comes prior to information. Identity shapes epistemology. People filter their understandings of information through their political and social identities.

Daniel Kreiss, 2018

Kilde:

https://danielkreiss.files.wordpress.com/2019/10/kreiss_mediaidentity.pdf

Målretting og personifisering



Arbeiderpartiet brukte mest penger på sosiale medier i årets valgkamp, mens Rødt brukte minst. Her møtes Rødt-leder Bjørnar Moxnes og AP-leder Jonas Gahr Støre på Stortinget. Foto: Heiko Junge / NTB Heiko Junge

Innsikt

Partiene annonserte for 25 millioner i sosiale medier under valgkampen

De ni stortingspartiene brukte over 25 millioner kroner på over 15.000 annonser på Facebook, Instagram og Snapchat i valgkampen 2021. 4 av 5 annonsekroner gikk til Mark Zuckerberg.

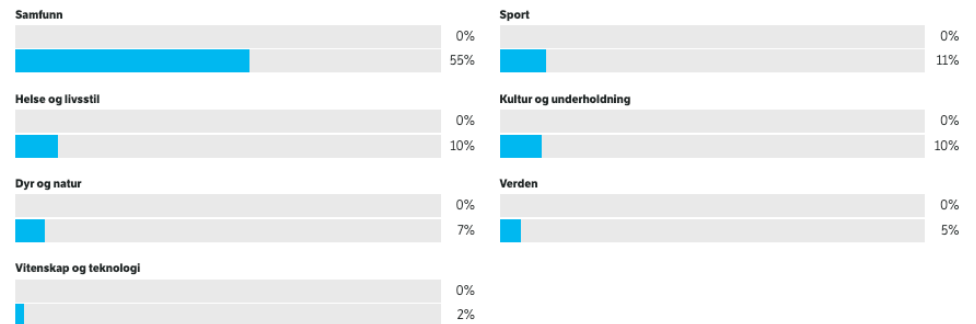
 Ståle Lindblad
EKSPERT PÅ SOSIALE MEDIER

Hei, Bente !

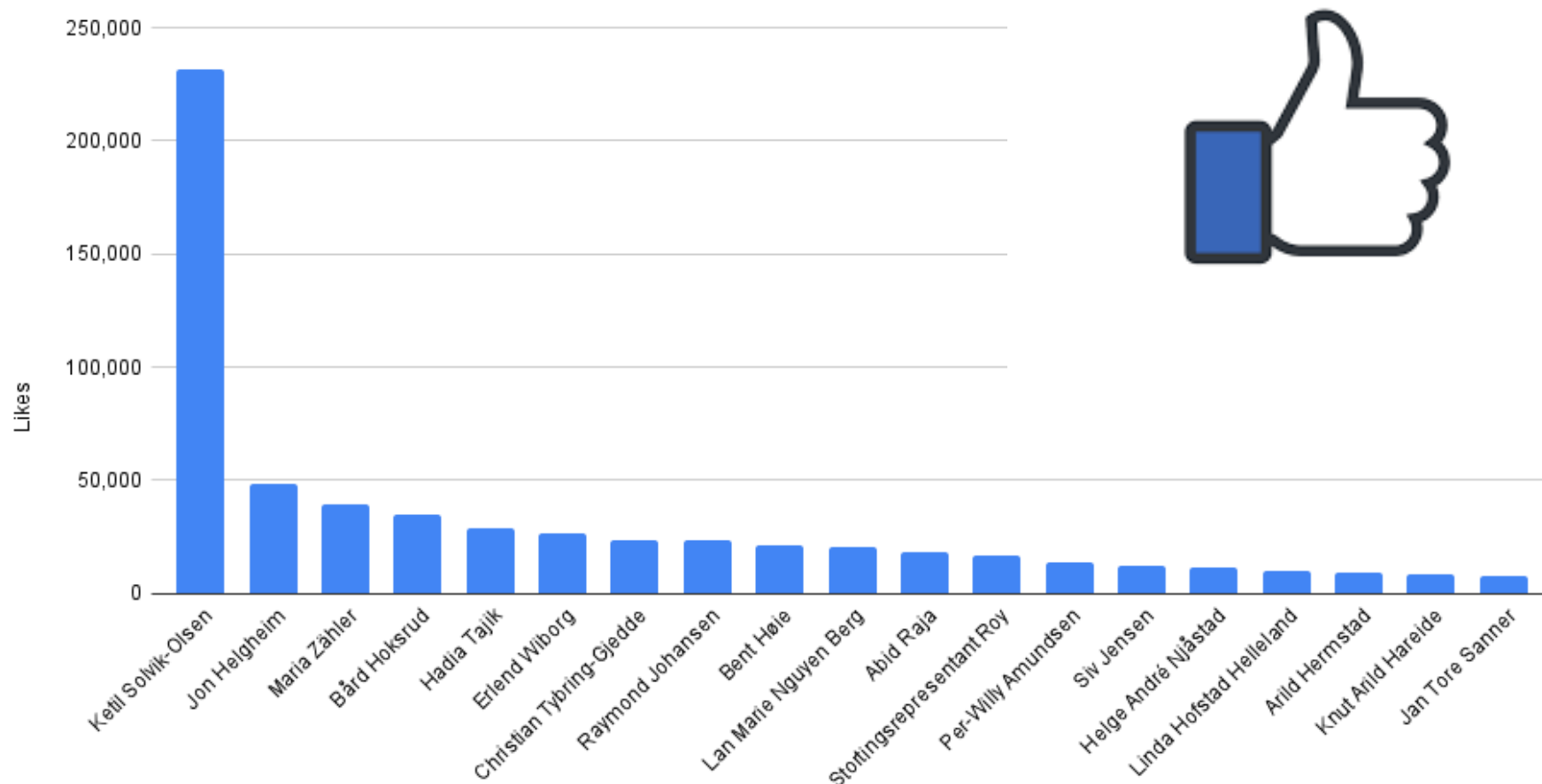
Favoritter Statistikk

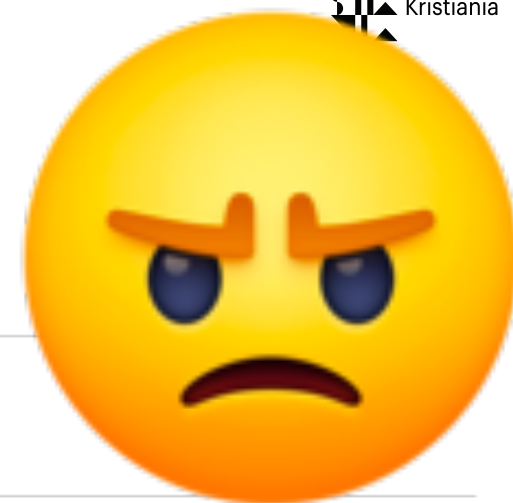
De siste **30 dagene** har du lest **0 artikler**. Det er **30 artikler** mindre enn gjennomsnittet til andre lesere på nrk.no.

■ Deg ■ Gjennomsnittet til andre innloggede brukere

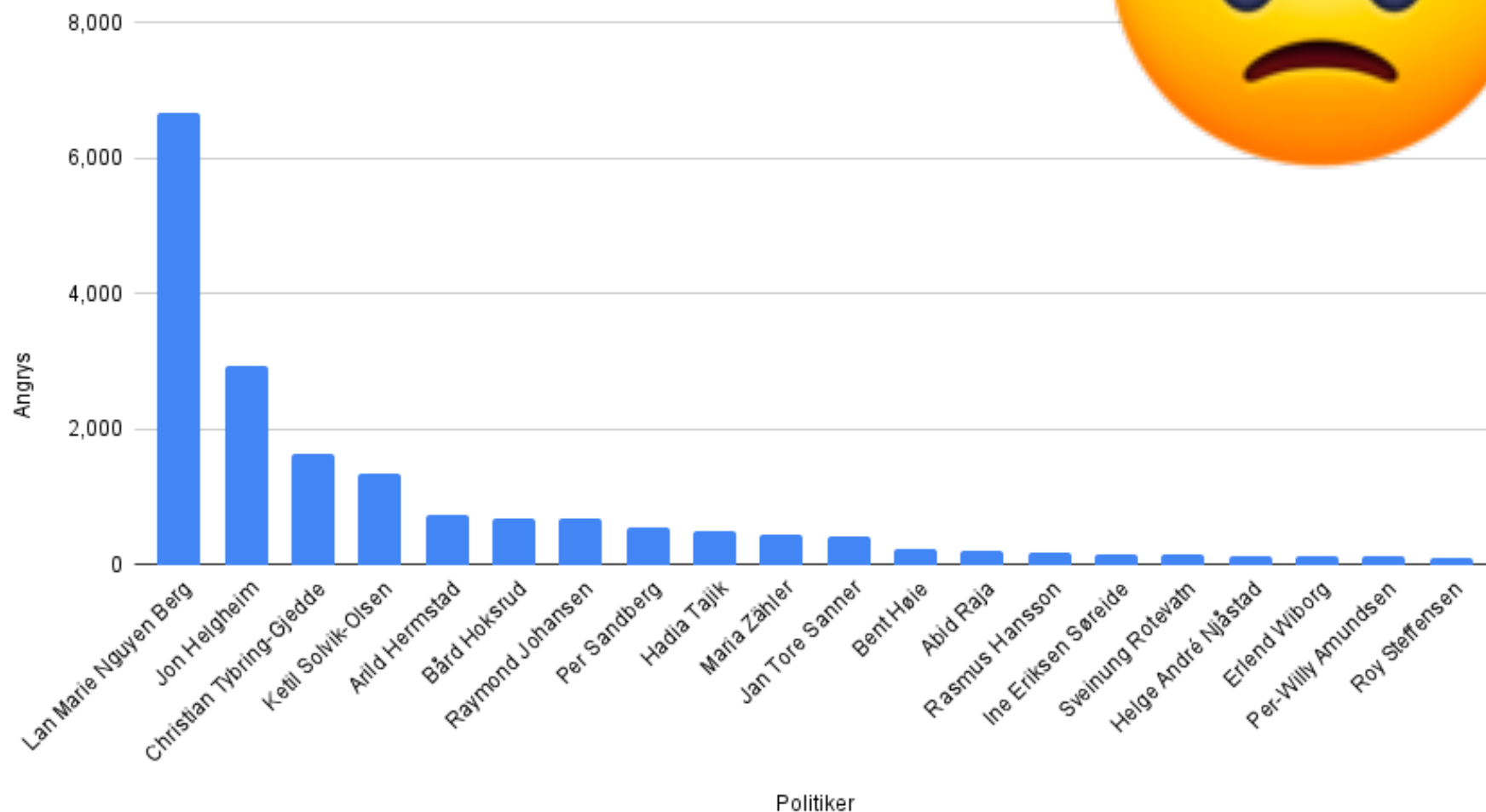


Stortingspolitikere med flest liker siste 30 dager






Stortingspolitikere med flest sinnafjes de siste 30 dagene



KS undersøkelse: Hatefulle ytringer mot lokalpolitikere

 Regjeringen.no
Tema ▾ Dokument ▾ Aktuelt ▾ Departement ▾ Regjering ▾

Du er her: [Forsiden](#) • [Aktuelt](#) ▾ • [Stadig flere lokalpolitikere blir utsatt for hatytringer](#)

 Del/tips  Skriv ut

Stadig flere lokalpolitikere blir utsatt for hatytringer

Pressemelding | Dato: 30.08.2021

Over halvparten av norske lokalpolitikere opplever trusler og hatytringer, viser en ny undersøkelse. – Dette er skremmende tall. Jeg synes det er trist og uakseptabelt at så mange lokalpolitikere har opplevd trusler og hatytringer. Jeg frykter at dette fører til at flere slutter å engasjere seg og at det blir vanskeligere å rekruttere folk til politikken, sier kommunal- og moderniseringsminister Nikolai Astrup.

Kommunal- og
moderniseringsdepartementet

TEMA

[Valg og demokrati](#)

RELATERT

- [Norske lokalpolitikeres erfaringer med trusler, hatytringer og plagsomme henvendelser](#)
- [Nye råd om hatefulle ytringer, hets og trusler mot politikere og kandidater](#)
Pressemelding | 30.08.2021

Ubehagelig ytringer vs ulovlige ytringer

Ytringsfrihet - Grunnloven § 100

§ 100.

Ytringsfridom skal det vere.

Ingen kan haldast rettsleg ansvarleg for å ha motteke eller komme med opplysningar, idear eller budskapar om det ikkje lèt seg forsvare halde opp imot den grunngevinga ytringsfridommen har i sanningssøking, demokrati og den frie meiningsdanninga til individet. Det rettslege ansvaret skal vere fastsett i lov.

Alle har rett til å ytre seg frimodig om statsstyringa og kva anna emne som helst. Det kan berre setjast slike klårt definerte grenser for denne retten der særleg tungtvegande omsyn gjer det forsvarleg halde opp imot grunngevingane for ytringsfridommen.

Førehandssensur og andre førebyggjande åtgjerder kan ikkje nyttast om det ikkje trengst for å verne born og unge mot skadeleg påverknad frå levande bilete. Brevsensur kan ikkje setjast i verk, så nær som i anstaltar.

Alle har rett til innsyn i dokumenta til staten og kommunane og til å følgje forhandlingane i rettsmøte og folkevalde organ. Det kan i lov setjast grenser for denne retten av omsyn til personvern og av andre tungtvegande grunnar.

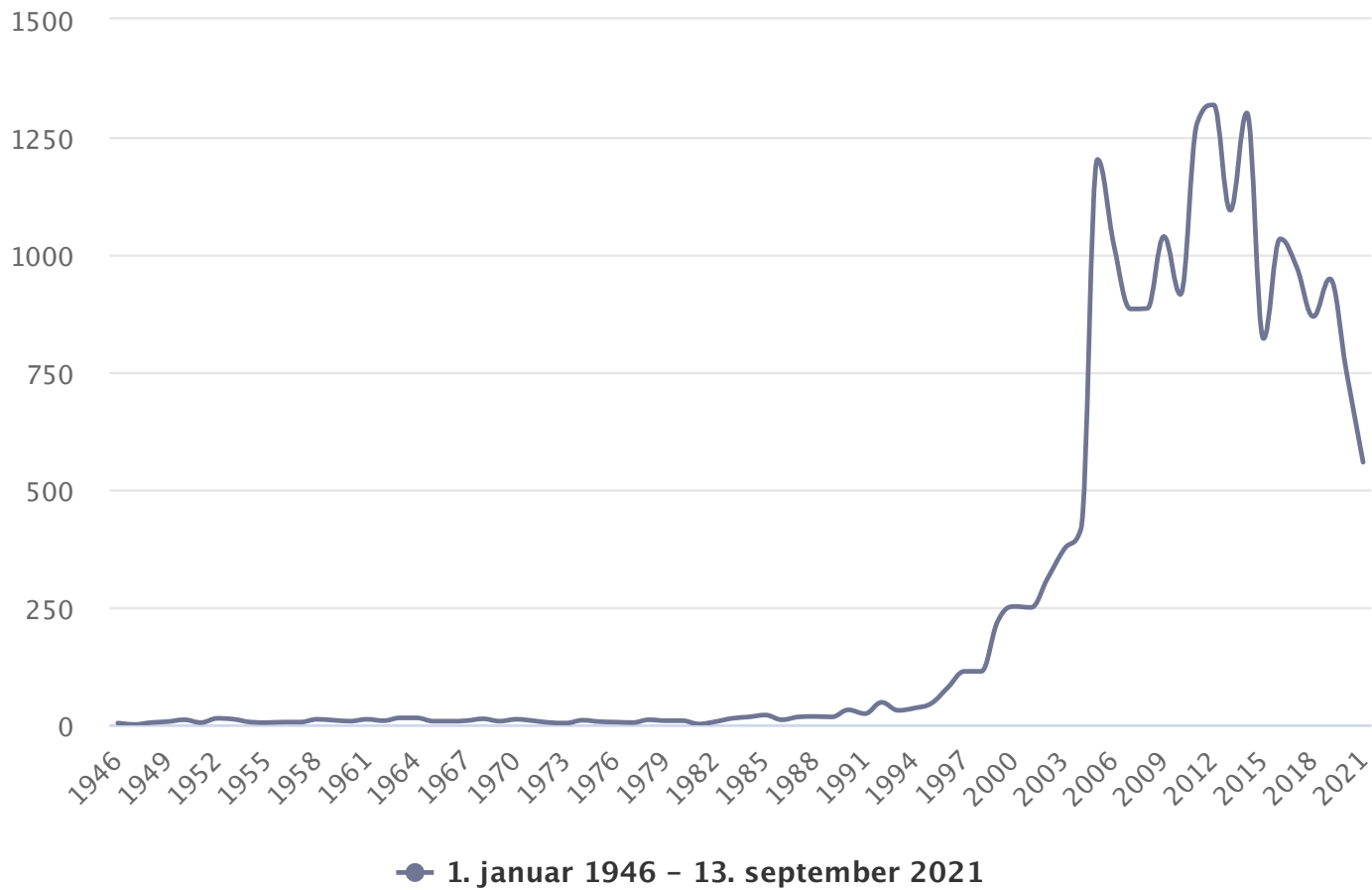
Dei statlege styresmaktene skal leggje til rette for eit ope og opplyst offentleg ordskifte.

0 Endra med grunnlovsvedtak 30 sep 2004 kunngjort med [res. 29 okt 2004 nr. 1402](#), 2 feb 2006 kunngjort med [res. 3 mars 2006 nr. 271](#), 27 mai 2010 kunngjort med [res. 18 juni 2010 nr. 825](#), 6 mai 2014 kunngjort med [res. 9 mai 2014 nr. 613](#), 27 mai 2014 kunngjort med [res. 20 juni 2014 nr. 778](#), 8 mai 2018 kunngjort med [res. 1 juni 2018 nr. 788](#).

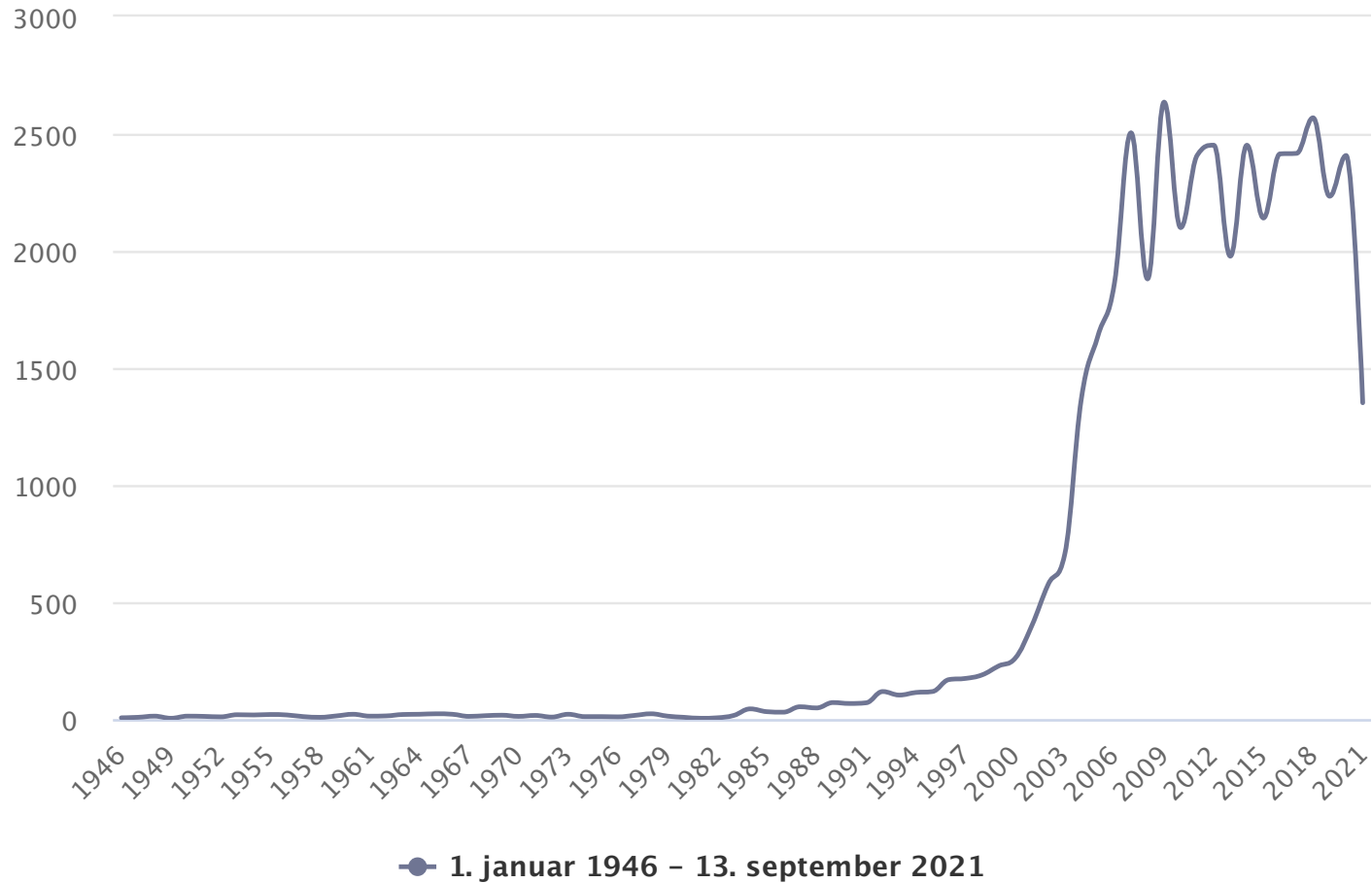
Ubehagelige ytringer

- Hets, sjikane, trakassering, kritikk, mobbing
- Sivilt samfunn/Lokalsamfunn
- Tonen - hvordan man diskuterer

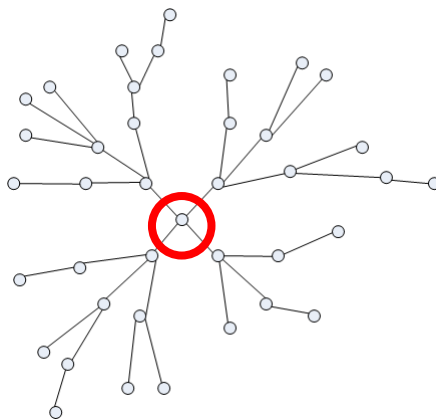
Atekst: Dust



Atekst: Idiot



Ordførerenes spesielle rolle «influencer»





Alfred Bjørlo



Både lokalpresse, familie og ansatte var til stede da ordfører Alfred Bjørlo gikk overrakt prisen – en karikaturegning av Sven Tveit. Foto: Magnus K. Bjørke

Denne artikkelen er over ett år gammel. Den kan inneholde utdatert informasjon.

PUBLISERT 12.12.2019 13:24

Alfred Bjørlo fikk prisen i dag



Alfred Bjørlo (V), ordfører i Eid og snart i nye Stad kommune, fikk i dag overrakt prisen som Årets kommuneprofil på kommunehuset på Nordfjordeid.

MER OM
 > NYHETER | STYRING
 Korrupsjonssaken i Nittedal:
 Påstand om halvannet år fenøsel

NRK VALGRESULTAT 2019

🔍 Finn kommune, fylke eller parti

← Vestland

Stad Kommunevalg

Resultat basert på 100 % opptalte stemmer

i Ny kommune

Kommunene Eid og Selje slås sammen og blir til Stad 1. januar. Årets valg er gjennomført for den nye kommunen. Årets valgresultat er sammenlignet med de samlede resultatene for Eid og Selje ved forrige valg.

Partioppslutning

📊 Flest stemmer | ↗ Størst endring

PARTI	PROSENT	ANTALL
V	36,2 %	1 822
SP	27,6 %	1 393
AP	11,0 %	552
FRP	8,1 %	410
H	6,6 %	332
SV	5,3 %	266
KRF	5,3 %	265

En klassiker som sier mye om sosiale relasjoner i dag

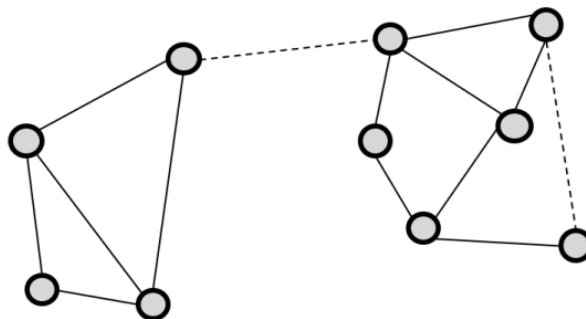
The Strength of Weak Ties

Mark S. Granovetter

American Journal of Sociology, Volume 78, Issue 6 (May, 1973), 1360-1380.



----- Weak Tie
——— Strong Tie



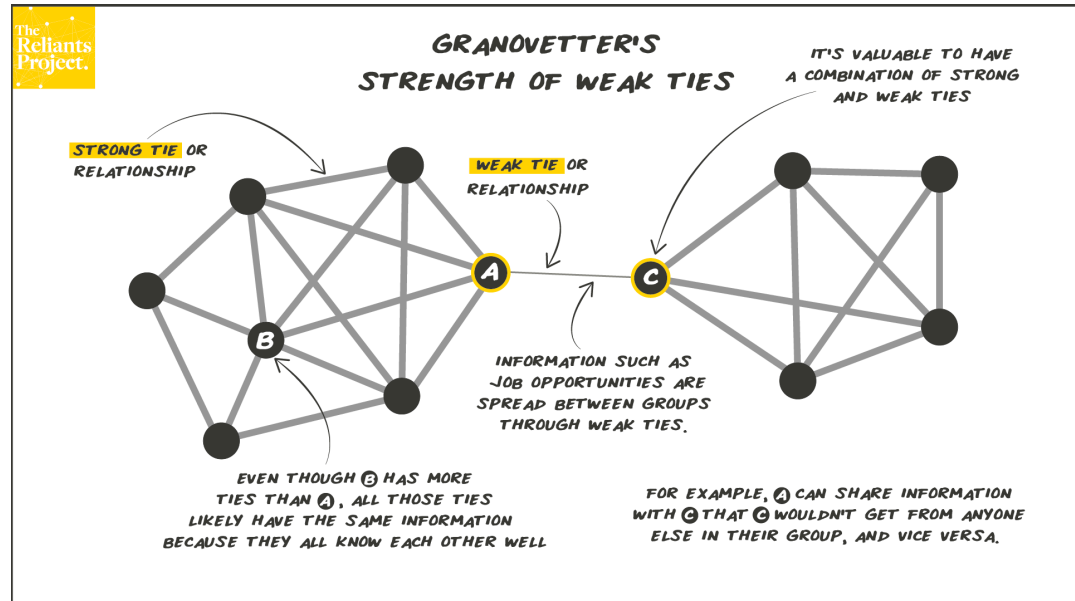
Sterke, svake og ikke-eksisterende bånd

- Granovetter categorized interpersonal ties as *strong*, *weak* or *absent*.
- A **strong tie** is someone within a close circle of family and friends. Strong ties are essential for real community but they are typically groups with a great deal of similarity and, as such, less likely than more tenuous connections to carry new information and perspectives to their groups.
- **Social media influencers** are prime examples of **weak ties**. They typically have large groups of followers and their impact is also distributed among the networks of those followers. (Weak ties that connect social networks are sometimes called bridges.)
- **Absent ties** are connections that might be expected to exist but don't.

<https://whatis.techtarget.com/definition/weak-tie-theory#:~:text=Social%20media%20influencers%20are%20prime,the%20networks%20of%20those%20followers.&text=A%20larger%20social%20network%20including,tendency%20and%20support%20critical%20thinking.>

Elementer som påvirker styrken i en sosial forbindelse

- Tid
- Emosjonell intensitet
- Intimitet
- Gjensidighet



Ordførere...

- Kan være viktige påvirkere, «influencere», i den offentlige samtalen
- Kan nå ut til store grupper i lokalsamfunnet gjennom «svake bånd», samtidig bygge «sterke bånd» i lokalsamfunnet
- Polarisering og skyttergrav-krig kan eskalere sinnet og ordbruken
- Kan selv følge og oppfordre andre til å følge Arne Næss «seks normer for saklig meningsutveksling»

Arne Næss' seks normer for saklig meningsutveksling

- **Unngå tendensiøst utenomsnakk**
Eksempler: Personkarakteristikker, påstander om motpartens motiver, årsaksforklaringer til argument.
- **Unngå tendensiøse gjengivelser**
Gjengivelsen må være nøytral med tanke på stridsspørsmål.
- **Unngå tendensiøs flertydighet**
Flertydigheten gjør at argumentet kan tilpasses kritikken.
- **Unngå tendensiøs bruk av stråmenn**
Dette vil si å tillegge motstanders standpunkt et innhold han ikke står inne for.
- **Unngå tendensiøse originalfremstillinger**
Informasjon som legges frem, må ikke være usann, ufullstendig, skjev og/eller holde tilbake relevant informasjon.
- **Unngå tendensiøse tilberedelser av innlegg**
Eksempler: ironi, sarkasme, skjellsord, overdrivelser eller trusler.

Ulovlige ytringer

- Straffeloven §185
- Hatefulle ytringer bør anmeldes

Straffeloven § 185 lyder slik:

Med bot eller fengsel inntil 3 år straffes den som forsettlig eller grovt uaktsomt offentlig setter frem en diskriminerende eller hatefull ytring. Som ytring regnes også bruk av symboler. Den som i andres nærvær forsettlig eller grovt uaktsomt fremsetter en slik ytring overfor en som rammes av denne, jf. annet ledd, straffes med bot eller fengsel inntil 1 år.

Med diskriminerende eller hatefull ytring menes det å true eller forhåne noen, eller fremme hat, forfølgelse eller ringeakt overfor noen på grunn av deres

- hudfarge eller nasjonale eller etniske opprinnelse,*
- religion eller livssyn,*
- homofile orientering, eller*
- nedsatte funksjonsevne*

Ytringsfrihetskommisjonen

Relevant del av mandatet:

- «Tiltak for å fremme bred deltakelse i det offentlige ordskiftet. I denne sammenheng bør kommisjonen bl.a. problematisere skillet mellom krenkende ytringer som ikke er beskyttet av ytringsfriheten, og ytringer som er beskyttet, men som likevel kan oppfattes som problematiske fordi de reduserer utsatte gruppers reelle ytringsmuligheter og demokratiske deltakelse.»

Diskusjon

- Basert på deres erfaring – innspill til tiltak?
- Hva kan gjøres for å bedre den offentlige samtalen?
- Andre relevante synspunkt eller erfaringer dere vil dele?

Takk for meg!
Bente.kalsnes@kristiania.no
Twitter: @benteka

