

6. Mette Lützhøft: Vi retweeter links uden at læse dem

Teksten er fra Politiken den 15. juli 2016.

Mette Lützhøft (f. 1987), journalist.

Denne artikel ender sandsynligvis ved dagens ende i skraldespanden. I hvert fald hvis det er papirversionen, som du, kære læser, har i hånden. Den digitale version har derimod et langt, måske evigt, liv på nettet foran sig. Den kan blive delt igen og igen på sociale medier, hvor halvdelen af danskerne får deres nyheder fra.

Men en ny undersøgelse fra det amerikanske Columbia University og det franske it-institut Inria viser, at selv om et link bliver delt, bliver det ikke nødvendigvis læst. 6 ud af 10 links, der retweetes på det sociale medie Twitter, bliver aldrig klikket på, før de ender i strømmen af meninger, vittigheder, nyheder og kommentarer.

»Det er et typisk træk i vores moderne medieforbrug. Folk danner deres meninger baseret på udsnit af en historie. Eller et udsnit af et udsnit«, udtalte medforfatter til undersøgelsen, ph.d. i kommunikation Arnaud Legout i en pressemeddelelse. I undersøgelsen, der er den første af sin slags, har forskerne analyseret på 2,8 millioner delinger på Twitter fra fem førende nyhedsportaler, heriblandt BBC¹ og New York Times. Analysen gjorde forskerne klogere på, hvad der sker, når en historie går viralt – altså bliver delt flittigt på nettet af tusinder eller millioner af brugere. Men undersøgelsen viste på samme tid, at de populære historier ikke nødvendigvis blev læst, før de blev delt.

»Vi lever i en verden af informationsoverflod, og vi vil gerne tage meget mere ind, end vi kan nå. Men selv om man ikke kan nå at læse en historie, kan man alligevel hurtigt dele den«, siger forskningschef i sociale medier på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole (DMJX), Jakob Linde Jensen. Han mener også, at undersøgelsen peger på, at der i vidensdelingen på Twitter er et element af showoff.

»Se, hvor klog og belæst jeg er. Jeg er i live, og prøv at se, hvordan jeg kan håndtere de her informationsmængder. Det siger desværre også noget om, at vi lever i et samfund, hvor vi også diskuterer ting, vi ikke altid ved ret meget om«, siger han.

Undersøgelsen fortæller også noget om den hastighed, vi har vænnet os til her, sker på sociale medier, siger Filip Wallberg, webudvikler og lektor i journalistik på Syddansk Universitet.

»Jeg tror, folk bekymrer sig om, hvad de deler. Men alting går bare utrolig stærkt. Man tjekker Facebook på sin telefon, to minutter inden man hopper på et tog. Man når måske ikke at læse artiklen, men man nåede en hurtig kommentar på linket til den«.

Den amerikansk-franske undersøgelse er særligt interessant set i lyset af, at danskerne får deres nyheder fra sociale medier som aldrig før. Rapporten 'Danskernes brug af nyhedsmedier' fra Center for Magt, Medier og Kommunikation på Roskil-

¹ BBC: British Broadcasting Corporation, Storbritanniens nationale radio- og tv-udbyder.

de Universitet viser, at 47 procent af danskerne i 2015 fik deres nyheder fra Facebook, Twitter og Instagram. Alligevel kaldte kun 5 procent af undersøgelsens 2.000 deltagere de sociale medier deres »vigtigste nyhedskilde« i forhold til online-nyhedsmedier.

Professor Kim Schrøder, der står bag rapporten, forklarede til videnskab.dk, at årsagen er, at »nyheder via sociale medier er for lidt styrbare«.

Der ligger nemlig mere end blot nyhedskriterier og almen interesse bag danskerne delte links, siger Jakob Linde Jensen fra DMJX. Han har forsket i, hvordan danskerne deler links på sociale medier. En konklusion var, at særligt i politisk højspændte debatter om for eksempel flygtninge eller Brexit² bruges links i opdateringer og kommentarer til at underbygge en holdning. Danskerne deler med andre ord ofte links, der bekræfter deres egne synspunkter.

Han undersøgte ikke, om personerne bag de delte links rent faktisk havde læst det indhold, de delte, men det virker ikke urealistisk, at det ikke altid er tilfældet, siger han:

»Hvis der står 'Flygtninge koster hundrede millioner kroner om året', så tænker folk helt uden at have læst artiklen: Hold kæft, det er dyrt, mand. Det er noget skidt. Den deler jeg!«.

En link-delning siger mere end tusind ord. Måske.

² *Brexit*: sammentrækning af Britain og exit, som er blevet gængs betegnelse for Storbritanniens udtræden af EU.