

Opgaveformulering

Sociale mediers betydning for unges engagement

Skriv en reflekterende artikel om de sociale mediers betydning for unges engagement i den verden, de lever i. I din artikel skal du bl.a. inddrage "Vi retweeter links uden at læse dem" samt "Unge styres af fem alternative nyhedskriterier". Du kan også vælge at inddrage "Ville du live-streame en voldtægt for et like?".

I din undersøgelse skal du særligt fokusere på:

- At reflektere over, hvordan de sociale medier påvirker unges engagement i samfundet. Du kan bl.a. komme ind på, hvordan de sociale mediers nyhedsformidling påvirker unges engagement i den verden, de lever i - og hvilken rolle muligheden for at iscenesætte sig gennem delinger og likes spiller for de unges engagement. Du skal inddrage et eller flere synspunkter fra "Vi retweeter links uden at læse dem" og "Unge styres af fem alternative nyhedskriterier". Du kan også vælge at inddrage "Ville du live-streame en voldtægt for et like?".
- At inddrage mindst to konkrete eksempler på, hvordan unge viser/ikke viser engagement på de sociale medier. Du kan fx. inddrage #howdareyou - eller andre selvfundne eksempler.
- At skrive dialogisk og reflekterende med en personlig stemme, der forholder sig til både emnet og til din egen tanke- og skriveproces.

Omfang af din artikel: tre-fire normalsider á 2400 enheder (antal anslag inklusive mellemrum)

Sociale mediers betydning for unges engagement i verden

På et tidspunkt sidste vinter skete der et afgørende vendepunkt, der har sat en helt ny retning for min verden og mit engagement i den. Præcis hvad og hvor husker jeg ikke. Hvorvidt det var en sjasket, regnvåd eftermiddag med tøndende, grå sne i vejkanten eller om det var en klar vintermorgen med høj sol og frost i græsset, det har jeg ingen fornemmelse af. Det skete på Facebook. Egentlig har jeg nok ikke blot set ét opslag - der må have været flere artikler, videoer, billeder og Facebook-begivenheder, der fremprovokerede mit engagement i klimakampen.

Måske bevæger jeg ikke mig selv nok i de nye, internetbaserede rum til at reflektere over deres betydning for de unges engagement. Jeg nægter at have Instagram på min mobil, jeg har tidsindstillet mit forbrug af sociale medier, så det begrænses og jeg har ikke Snapchat. I modsætning til mig består min søsters ungdomsoprør ikke i indædt at kritisere det nuværende teknologiske paradigmes kidnapning af nærværet, men tværtimod finder hun kontakt til hele verden gennem sin mobil. Og hendes medievaner påvirkes naturligvis af

hendes valg af sociale medier. Hun er opdateret om alle kendissers hverdag, skænderier og nye frisurer - fordi popmediet The Daily Mail informerer i et format på Snapchat, som passer til hendes hurtigt distraherede hjerneceller.

I artiklen "Vi retweeter links uden at læse dem" (2016) udgivet i dagbladet Politiken fortæller forskningschef i sociale medier på DJMX, Jakob Linaa Jensen, om den såkaldte "informationsoverflod", der udgør det moderne mediebillede. Mennesker i denne nye virkelighed vil nå at læse og forstå mere end de reelt har tålmodighed til. For så kommer toget, så vil ungerne spise, kæresten knalde, katten lukkes ind - eller en anden video, artikel eller besked have din opmærksomhed. Alt går stærkt online, vi bliver overstimuleret med unødvendigheder og det hele leveres oftest i en let tone. Der er ikke noget ved de sociale medier, der kræver langvarig koncentration af modtageren. Det er let og *like-able*. Og vores hjerner ændrer sig sandsynligvis efter den nye hastighed på internettet. De vigtige nyheder, den gode analyse, den egentlige samtale forsvinder muligvis i det virtuelle flimmer, der kæmper om at arrangere sig mest attraktivt i det online samfund. Og vi har måske slet ikke tålmodighed til at behandle de tunge, dybsindige informationer. Og måske har vi også mistet evnen til at håndtere dem.

Derfor kan jeg ikke huske dato, jeg kan ikke huske tid, lugt, følelse og farve på de dage, der har sikret mit engagement i verden. Jeg husker ikke tidspunktet, hvor jeg læste den første analyse om den planetære krise. Jeg husker ikke den første nyhed om klimakatastrofen. Jeg husker ikke det første opslag af Greta Thunberg. Det foregik "på et tidspunkt sidste vinter" og "engang i februar". Stimuleringen, der har haft afgørende betydning, skiller sig ikke ud, den er ikke særlig - den er konstant.

Engagement defineres ved det at være meget interesseret, optaget eller følelsesmæssigt involveret i noget eller nogen. Man kan være i tvivl om hvorvidt, man er reelt engageret i noget, hvis engagementet kan udvises på under fem minutter med halv opmærksomhed. Som når man retweeter et link uden at have læst artiklen til ende eller man giver sit Facebookprofilbillede Je-Suis-Paris-filter. Dét at investere sin tid, sin omhu og sine følelser i noget eller nogen kan næsten sidestilles med et kærlighedsforhold. I den moderne medievirkelighed kan det tilsyneladende medvirke til, at de menneskelige følelser overføres til en simuleret virkelighed. Her bliver et "like" en moderne kærlighedserklæring. Fra at være

en sindstilstand, *at kunne lide noget*, er det blevet en erklæring af et valg, der er bærende for identiteten. Således kan man ledes til at tænke, at et nyt sympatiprofilbillede er et udtryk for samfundsengagement - og man kan bekræftes ved andres anerkendelse af engagementet ved deres "likes".

Artiklen "Ville du livestream en voldtægt for et like?" (2016) udgivet i Berlingske tager udgangspunkt i en amerikansk hændelse, hvor en ung pige, Marina Lonina, har valgt at tage sin telefon op af lommen for at livestream voldtægten på sin veninde fremfor at gribe ind. Anerkendelsen ved likes vægtede over ansvaret for veninden. Hendes engagement på de sociale medier var vigtigere end hendes engagement - hendes kærlighed - til veninden.

Lonina og andre som hende kendetegnes ved et altoverskyggende behov for at blive anerkendt, valideret, elsket - for at blive *liked*. Det virker skræmmende og helt absurd, at en konstrueret virkelighed leder mennesker væk fra det grundlæggende medmenneskelige ansvar og nærvær – i den fysiske virkelighed. At være aktiv på Facebook bliver vigtigere end at være aktiv i den virkelige verden. Ved tanken om Lonina og andre som hende fanget i den sociale verden ser jeg måske i virkeligheden mennesker uden integritet, uden kerne. Mennesker, hvor behovet for at blive populær gør én til en maskebærer, som er villig til at iføre sig enhver cool maske, ethvert filter, enhver personlighed, hvis denne sikrer popularitet og anseelse. Hvis man insisterer på at gemme sig bag virtuelle masker for at sikre sig virtuelle kærlighedserklæringer, skyldes det måske, at man har opgivet håbet om at blive elsket for det egentlige ansigt bag masken.

Psykologen Joseph Ciona, der er interviewet til Berlingskes artikel, beretter om denne nye generation af mediebrugere: "De er mindre interesserede i indholdet af informationerne end i at have et publikum, som reagerer på informationerne." Det slår mig, at beskrivelsen af de unges higen efter socialt bifald på de nye medier er meget vellignende de ældre mediers forsøg på selvsamme. Fellow ved Syddansk Universitet, Aslak Gottlieb, har forsket i hvordan de klassiske medier skal henvende deres journalistiske arbejde til unge i den nye medievirkelighed. Resultatet er en kortere, akademisk hvidbog, der redegør for de fem nye nyhedskriterier, engagementskriterierne. Det hele præsenteres ved det fikse hashtag #Newsforteens og i bogens appendiks får den unge generation den smarte titel

"Snapperne". Gottlieb serverer opskriften på det journalistiske arbejde som udføres, når Snapchat serverer lette historier for letpåvirkelige teenagehjerner som min søsters. w

Den sociale samfundskontrakt bygger på engagement. Vores engagement i verden og i samfundet er engagement i hinanden som mennesker. Man kan reflektere over, hvorvidt de klassiske, seriøse medier overhovedet bør ændre deres metoder efter engagementskriterierne, hvis dette betyder, at de skal fungere efter de teknologifikserede og individcentrerede praksisser, der hersker på de sociale medier. Hvis de skal bære masker, der gør dem attraktive på de virtuelle platforme.

De klassiske journalistiske kanaler har naturligvis ansvar - såvel som et naturligt behov - for at henvende sig, oplyse og engagere de kommende generationer. Og i post-papiravisens verden bliver journalistikken nødt til at genopfinde deres format. Formand for Styrelsen ved Center for Journalistik ved SDU 2008-2016, Per Westergaard, skriver i forordet til Engagementskriterierne: "Generationskløften mellem på den ene side de generationer, som bruger journalistiske nyheder, og på den anden side de generationer, som mere eller mindre har vendt journalistiske nyheder ryggen, er en af de største udfordringer for vores demokrati. Den kløft går ud over sammenhængskraften i samfundet." (s.7) Jeg kan frygte, at nyhedsmedierne mister deres kerne, deres integritet, deres seriøsitet i forsøget på at udføre en Gottliebsk revolution af de traditionelle medier. Ikke desto mindre udgør de sociale medier en ny virkelighed. Det hersker der næsten ingen tvivl om. Og den må også jeg, såvel som de klassiske medier, tage seriøst. Selv jeg, der tvivler på de sociale medier, er rundet af dem. For de sociale medier har nok også haft betydning for mit engagement i min omverden. Jeg er øko-populist. Jeg er ikke stærkt videnskabeligt interesseret i de videnskabelige årsager til klimakrisen. Derimod er jeg sandsynligvis et produkt af det indhold, der er dukket om i mit newsfeed.

Måske er jeg fanget i et afhængighedsforhold af de hurtige mediers smarte interface, måske de hurtige medier ikke er facit på fjenden. Medierne rummer terabyte på terabyte af information - af muligheder. Og hvis alle disse var ligegyldige, overfladiske og indholdsløse, så kunne internettet måske reduceres til en farce. Men de mange informationer kan givetvis akkumuleres til muligheder, således at de kan veksles til reelt engagement. Her kan jeg

ydmøgt nævne mit eget eksempel. De sociale medier er i det senmoderne samfund, der er uafhængig af tid og sted, blevet fundamentet for handlefællesskaber som det grønne aktivistiske i Silkeborg. Ved at give folk meget større mulighed for at kommunikere, har medierne også en mobiliserende effekt - det er Den Grønne Studenterbevægelse, Det Arabiske Forår, #Metoo-bevægelsen, Greta Thunberg og Hong Kong-demonstrationerne bare få af mange eksempler på. Det er i dag meget nemmere at organisere en revolution; du behøver ikke erobre en lokal radiostation, eje en avis eller udgive et magasin. Du skal blot have en bruger på et socialt medie.

Sandsynligvis forskruer de sociale medier vores hjerner, vores fokus, vores nærvær, vores moral, vores prioritering, vores integritet, vores evne til at nuancere, vores opfattelse af os selv og af andre. Og jeg er selv en af os. Jeg er selv forskruet. På den vis har jeg de sociale medier meget at takke for. Foruden dem var jeg ikke blevet en del af et meningsfuldt, aktivistisk handlefællesskab. Men der er forskel på virkelighed og simulation. Det bør vi måske være påpasselige med at huske os selv på. Både som mediemodtagere og -udgivere. Der er forskel på den polerede, narkotiserede medievirkelighed, der er programmeret til at være like-able og det derude, hvor vi møder andre. Helt fysisk. Engagerer os sammen med andre - i andre. Mine møder med virkelige mennesker, diskussioner om vores fælles ambitioner og ønsker for vores arbejde, dage med røde kinder og høje råb på Torvet, i gaden og foran rådhuset, samtaler med medierne, med politikerne, med aktivisterne dem husker jeg. Jeg kan berette om vejret, årstiden, begivenhederne og den fornemmelse, det hele gav mig i maven. Men opslagene på Facebook og Instagram, dem har jeg ingen særlige minder knyttet til. Ikke desto mindre var det dem, der fik mig på gaden.