



MINISTERIET

SLOTS- OG KULTURSTYRELSEN

# MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# 2017

## GLOBALISERINGEN AF DEN DANSKE MEDIEBRANCHE

Bilag III Nyhedernes sociale kredsløb



# Nyhedernes sociale kredsløb

Analyse af nyhedernes flow fra redaktionelle medier over i sociale medier – og tilbage

Analyse af Infomedia, januar 2017  
Opdragsgiver: Mandag Morgen



Forfattere: Lasse Gladbo Skjoldan & Catharina Pehrsson  
Medforfattere: Simon Skovgaard Kristensen, Fanny Marie Brændholt Sørensen & Bibi Bæk Nielsen

# Resumé

Denne rapport undersøger sammenhænge mellem redaktionelle online medier (herfra ofte blot kaldet 'redaktionelle medier') og sociale medier, baseret på en analyse af online nyhedsartikler, social medie debat og trafik på redaktionelle nyhedswebsider i uge 46 2016. Undersøgelsen er den første af sin art i Danmark, idet ingen tidligere undersøgelser på én og samme tid har analyseret på både *spredningen* af nyheder fra online nyhedsmedier over på sociale medier og på, hvor meget *trafik* de online nyhedsmedier får ind fra de sociale medier.

Analysen fokuserer på tre emner, der henholdsvis er eksponent for den værdipolitiske debat i Danmark (udlændinge), den fordelingspolitiske debat i Danmark (skat), samt en mere folkelig og apolitisk debat i Danmark (det danske herrelandshold i fodbold).

Analysen tager udgangspunkt i en kredsløbsmodel i fire dele: (1) Hvad bliver der skrevet om de tre emner i de redaktionelle medier? (2) Hvordan bliver disse nyhedsartikler spredt på de sociale medier? (3) Hvad bliver diskuteret på de sociale medier, og hvor stor en del af debatten indeholder links til redaktionelle nyheder? samt (4) Hvilke af artiklerne er bedst til at skabe in-flow af trafik fra de sociale medier?

## Væsentligste konklusioner

- **Flere og flere nyheder henviser til begivenheder eller debatter på sociale medier.** 10% af alle online artikler i uge 46 referencer til begivenheder eller debatter på sociale medier. Dette tal er steget markant hen over de sidste fem år. (Kapitel 1)
- **Referencerne til de sociale medier kan opdeles i fire typer:** (1) Opslaget er selve nyheden – *f.eks. en heftig eller ny udtalelse*; (2) opslaget behandles præcis som andre typer citater – *dokumentation*; (3) artiklen handler om eller opsummerer debatten på sociale medier – *referat af den sociale debat*; eller (4) opslaget har forårsaget begivenheder, der dækkes som en sag i medierne – *f.eks. en retssag om en potentielt ulovlig Facebook-opdatering eller en officielt undskyldning af et konkret tweet*. (Kapitel 1)
- Der er klare tegn på **selvforstærkende dynamikker** mellem redaktionelle online medier og sociale medier. Tre af de fem redaktionelle artikler med størst social spredning var vinklet direkte som på den debat, som foregår på de sociale medier, blogs eller sociale fora, fx "*Audi-Anders hejser det hvide flag: Nu bliver han hånet på nettet*" og "*Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk*" (begge fra ekstrabladet.dk). De redaktionelle medier skriver med andre ord om debatten på de sociale medier, og disse artikler bliver derefter blandt dem med størst spredning på de sociale medier. (Kapitel 2). En væsentlig delkonklusion er dog, at det er de færreste af disse meget spredte '*referat af den sociale debat*' artikler, som top-performer i forhold til at trække læsere tilbage på nyhedshjemmesiderne. (Kapitel 5)
- Omvendt spiller **klassisk debatstof** (kronikker, læserbreve og ledere) relativt godt ind i hele det sociale kredsløb. I alt ca. 12% af alle redaktionelle online artikler er debat-stof, mens hele 27% af den sociale spredning og 23% af den socialt genererede trafik sker på baggrund af debat-artikler. Dette skyldes i høj grad den kontroversielle kronik "*Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet*", som blandt de tre emner i denne analyse er den artikel, som har genereret tredje størst spredning og aller mest kiks direkte fra sociale medier. Nogle typer debatstof er gode til at generere social spredning, mens andre typer debatstof også er godt til at generere social læsning. (Kapitel 5)
- **Facebook trumfer Twitter markant i forhold til spredning af redaktionelle artikler:** Facebook genererer ca. 378 gange flere sociale interaktioner på de analyserede nyhedsartikler end Twitter, ligesom Facebook står for godt 95% af al trafik, som kommer ind på et redaktionelt nyhedssite via de sociale medier. (Kapitel 2)
- Omvendt er **Twitter klart tættere koblet til nyhedsdækningen end Facebook.** På Twitter indeholder cirka hvert tredje tweet (32%) et link til en redaktionel nyhed, sammenlignet med ca. 8,5% på den åbne del af Facebook. Den åbne del af Facebook omfatter offentligt tilgængelige pages og profiler uden privatlivsbegrænsninger, men ikke private profiler og lukkede grupper. Dette tal er sandsynligvis endnu lavere andel på den *private* del af Facebook, som af hensyn til privatlivet er *lukket* for denne type indholdsanalyse. (Kapitel 3)

- **14% af alle sidevisninger af artikler i de udvalgte online redaktionelle nyhedsmedier kommer direkte fra sociale medier** (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Instagram, Youtube, Pinterest, Tumblr, Flickr, Snapchat, etc.). Den resterende trafik kommer fra henholdsvis en anden nyhedsartikel på samme nyhedssite, fra nyhedsmediets forside eller en sektionsforside, fra søgemaskiner, fra eksterne websites eller fra emails, nyhedsapps eller Instant Messaging programmer. (Kapitel 4)
- **Trafiktallene fra denne analyse er sandsynligvis mere præcise** end tilsvarende tal fra andre tidligere analyser af in-flowet af læsere fra sociale medier til danske nyhedssider. Dette skyldes først og fremmest, at in-flowet fra sociale medier er blevet analyseret helt ned på klik-per-artikel niveau. Det vil sige: Når X personer har klikket på denne artikel, præcis hvor mange af dem har åbnet linket på et socialt medie? (*al data er i anonymiseret form; se metodeboksen i kapitel 4*). Andre analyser eller værktøjer baserer sig enten på nyhedshjemmesidernes forside eller sektionforsider, fx [www.tv2.dk](http://www.tv2.dk) eller [sport.tv2.dk](http://sport.tv2.dk), eller også skelner de ikke mellem klik og cookies, dvs. om folk har klikket på et link direkte fra Facebook eller om de blot tidligere i samme browser-session har været på Facebook og så er skiftet til eksempelvis [tv2.dk](http://tv2.dk). Dertil er der i denne analyse set bort fra trafikmæssigt in-flow fra såkaldte "dark social" kilder, fx emails, nyheds-apps såsom fx BTs nyhedsapp, samt Instant Messaging såsom fx iMessage på iPhone. I denne analyse er der analyseret rent på "traditionelle" sociale medier såsom til Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, Pinterest, Tumblr, Flickr, Snapchat mv. (Kapitel 4)

## Seks typer sager i kedsløbsmodellen

Baseret på en analyse af enkeltsager, stofområder og konkrete artiklers gennem kredsløbsmodellen identificeres seks overordnede typer af sammenhænge mellem redaktionelle og sociale medier (alle Kapitel 5):

- 1) De **helt store politiske** sager i uge 46 fylder meget hele vejen rundt i kredsløbsmodellen. De tre største sager er store, både i forhold til at være mest dækkede, de mest spredte, de mest omdiskuterede og mest trafik-skabende. De tre største sager i uge 46 var henholdsvis *PSO-aftalen* (der især skabte spredning og læsning i de tilfælde, hvor artiklerne var vinklet for/imod hævelse af bundskatten), *Finanslovsaftalen* samt især annonceringen af, at V-regeringen nu snart ville blive til en *VLAK-regering*.
- 2) Andre sager er **meget dækket af de redaktionelle medier, men uden at skabe stor social spredning eller skaffe en høj andel trafik** ind fra sociale medier. Flere *landsholds-historier* er eksempelvis blandt de mest dækkede sager, men er hverken blandt de sager med størst social spredning, størst social debat eller størst in-flow fra de sociale medier. Nyheder om landsholdet kobler sig ikke i samme omfang som udlændinge eller skat op på et større socialt nyhedskredsløb. Interessen for landsholds-nyheder eksisterer i højere grad uafhængigt af de sociale medier, som er med i analysen.
- 3) Omvendt er nogle sager **små i nyhedsmedierne, men har høj social aktivitet og stort socialt in-flow**. Disse sager omfatter fx debatten om *Eliten versus folket*, som kørte på anden uge efter Trumps' overraskende præsident-sejr i uge 45. Uber-dommen er en anden sag, der var relativt større socialt end redaktionelt i uge 46.
- 4) Andre **sager er meget spredt, men skaffer ikke trafik**. Dette gælder fx udlændingesagerne *Kram en muslim* [videofænomen på Facebook], *Imam-udtalelse på Fyn* [om jøder] og debatten om *Muslimere i Svømmehaller*. Den store aktivitet på de sociale medier fik aldrig for alvor folk til at klikke på artikel-linkene, sandsynligvis fordi det er nemt at afkode indholdet ud fra overskriften og have en klar holdning uden nødvendigvis at have læst artiklerne. Debatstof, herunder især førnævnte '*referat af den sociale debat*', er på samme måde et stofområde, hvor artiklerne opnår høj social spredning, men som ikke i tilsvarende grad skaffer læser-trafik ind fra de sociale medier.
- 5) En femte type sager er dem, som **fylder meget på Twitter og på åbne Facebook-pages, men som hverken opnår stor social spredning eller højt trafik in-flow fra sociale medier**. Gode eksempler er de overvejende positivt vinklede sager om *Medborgerundersøgelsen* [der viste, at indvandrere er lige så begejstrede for demokrati som etniske danskere]; *Øget indsats mod skattely*; *Øget privat støtte til NGO'er* samt *Nyt skattevæsen [7 mia. til genopretning]*. Især politikere og professionelle aktører var her meget aktive i den åbne del af den sociale debat.
- 6) Endelig er der en lang række eksempler på sager, der **bliver læst, men ikke delt**. Stofområdet *Økonomi/Erhverv*, og i særdeleshed "*news you can use*" vinkler på de aktuelle begivenheder, har et relativt højt in-flow af læsere fra sociale medier i forhold til, hvor lidt de fylder i både mediernes dækning, den sociale nyhedsspredning og debatten på sociale medier.

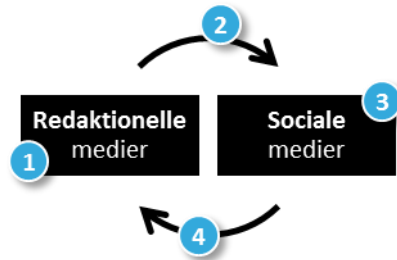
# Indholdsfortegnelse

<b>Metode &amp; Design</b> .....	<b>5</b>
Kredsløbsmodellen.....	5
Valg af periode: Uge 46.....	5
Valg af mediekilder.....	6
Datakilder.....	6
Valg af emner: Udlændinge, skat og landsholdet.....	7
<b>Kapitel 1: I hvor høj grad refererer redaktionelle online medier til sociale medier?</b> .....	<b>8</b>
I hvor høj grad refererer redaktionelle medier til begivenheder og debatter på sociale medier? .....	9
Hvilke sociale medier refereres der til?.....	10
Hvilke redaktionelle medier skriver mest/mindst om ting, der sker på sociale medier?.....	12
Hvor meget af dækningen er baseret på internationalt indhold fra redaktionelle medier?.....	14
<b>Kapitel 2: Hvordan spredes indhold fra redaktionelle medier på de sociale medier?</b> .....	<b>15</b>
Hvor meget af det redaktionelle indhold spredes på sociale medier?.....	16
Hvilke artikler opnår flest delinger? .....	16
På hvilke sociale medier deles det redaktionelle indhold? .....	21
<b>Kapitel 3: I hvor høj grad refererer sociale medier til redaktionelle medier?</b> .....	<b>22</b>
Hvor stor en del af den åbne debat på sociale medier refererer til redaktionelt indhold? .....	23
Hvilke artikler deles mest på åbne sociale profiler?.....	25
På hvilke sociale medier refereres der mest/mindst til redaktionelt indhold?.....	25
Hvem deler de redaktionelle links? .....	27
<b>Kapitel 4: Hvor meget af trafikken på redaktionelle medier kommer fra sociale medier?</b> .....	<b>32</b>
Hvor stor en del af nyhedstrafikken kommer fra sociale medier? .....	33
Hvor stor en del af den indkomne trafik forbliver på nyhedssitet? .....	34
Hvilke sociale medier genererer mest trafik? .....	35
Hvilke konkrete historier får mest trafik fra sociale medier?.....	35
Fra hvilke devices kommer trafikken? .....	38
<b>Kapitel 5: Hvornår er de mest læste artikler også de mest spredte - og omvendt?</b> .....	<b>39</b>
Hvilke sager cirkulerer i hele kredsløbet, og hvilke gør ikke? .....	40
Figur 1: Top 10 sagernes sociale kredsløb .....	42
Figur 2: Stofområdernes sociale kredsløb .....	43
Bliver de mest læste artikler også delt mest? .....	44
Er de mest delte artikler også dem, som skaber størst in-flow på nyhedssiderne fra sociale medier? .....	46
<b>Kontakt</b> .....	<b>49</b>

# Metode & Design

## Kredsløbsmodellen

Formålet med denne analyse er, at blive klogere på indholds- og trafikmæssige sammenhænge mellem redaktionelle medier og sociale medier. Infomedia har i samarbejde med Mandag Morgen konstrueret følgende meget simple model, samt identificeret fire overordnede arbejdsspørgsmål, som tilsammen skal hjælpe med at belyse problematikken. Modellen vil samtidig fungere som overordnet struktur for kapitlerne i analysen.



Kapitel 1 undersøger første del af kredsløbet og spørger: *I hvor høj grad refererer historier i redaktionelle medier til sociale medier?* Dette vil blive besvaret ved hjælp af en indholdsanalyse af udvalgte redaktionelle webmedier.

Kapitel 2 besvarer spørgsmålet: *Hvordan spredes indhold fra redaktionelle medier på de sociale medier?* Analysen i dette kapitel baserer sig på en spredningsanalyse af det redaktionelle indhold.

Kapitel 3 besvarer spørgsmålet: *I hvor høj grad refererer sociale medier til redaktionelle medier?* Dette kapitel baseres på en indholds- og aktøranalyse af det åbent tilgængelige indhold i de sociale medier.

Kapitel 4 besvarer spørgsmålet: *Hvor meget af trafikken på redaktionelle medier kommer fra sociale medier?* Her baseres kapitlet på en trafikanalyse af de redaktionelle websites.

I kapitel 5 samles konklusionerne og hypoteserne fra de fire foregående kapitler, og kredsløbsmodellens fire dele analyseres samlet. Dette gøres ved først at se på de største sager i redaktionelle versus sociale medier. Dernæst ses der på de redaktionelle stofområder, som opnår størst spredning på de sociale medier, versus de artikler, som genererer mest trafik fra sociale medier tilbage til de redaktionelle websites. Det overordnede spørgsmål i kapitel 5 er: *Hvornår er de mest læste artikler også de mest delte - og omvendt?*

## Valg af periode: Uge 46

For at indsnævre undersøgelsesperioden yderligere har Infomedia og Mandag Morgen valgt at afgrænse undersøgelsesperioden til data indsamlet i hele uge 46 (2016), fra mandag klokken 00:01 til og med søndag kl. 24.00.

Uge nummer 46 er valgt, fordi den ligger uden for danske ferieuuger og almindeligvis betragtes som en mediemæssigt relativt almindelig uge, blandt andet i det fortløbende forskningsprojekt "Nyhedsugen" af Anker Brink Lund m.fl.

Uge 46 skulle vise sig at være et relativt godt valg, idet denne uge bød på en række relativt store indenrigspolitiske begivenheder, herunder aftale om afskaffelse af PSO-afgiften, aftale om nye ejendomsvurderinger, finanslovsaftale, samt, mest markant, statsminister Lars Løkke Rasmussens (V) invitation til Liberal Alliance og Konservative om at træde ind i regeringen. De store politiske begivenheder har sandsynligvis bidraget til ekstra meget data at analysere på. Omvendt er uge 46 atypisk som analyseperiode, idet dette både er den første og eneste uge i efteråret 2016, hvor skat fik flere medieomtaler end udlændinge.

I forhold til landsholdet blev det efter indsamling af data klart, at både den redaktionelle og sociale aktivitet omkring landsholdet døde fuldstændigt hen en dags tid efter testkampen mod Tjekkiet tirsdag den 15. november i Parken. For at få mere data at analysere på, blev det derfor valgt at forskyde dato-intervallet således, at der kunne analyseres på debatten før, under og efter kvalifikationskampen mod Kasakhstan fredag den 11. november 2016. I landsholdets tilfælde er analyseugen derfor forskudt, således at undersøgelsesperioden ikke er hele uge 46, men i stedet ugen fra torsdag den 10. november til og med onsdag den 16. november 2016.

## Valg af mediekilder

Analysen baseres på landsdækkende online webmedier, mere præcist b.dk, bt.dk, dr.dk, ekstrabladet.dk, finans.dk, jyllands-posten.dk, politiken.dk og tv2.dk (inkl. undersites såsom f.eks. Business.dk eller sport.tv2.dk). I kapitel 4 er dr.dk ikke med, fordi de ikke samarbejder med Infomedias datapartner Chartbeat, som er den partner, der benyttes til at indsamle trafikdata fra de omfattede medier. Landsdækkende medier er valgt, fordi de må formodes at have den bredeste appel til de danske mediebrugere, sammenlignet med fx de mere nicheprægede redaktionelle medierne såsom altinget.dk, der udelukkende henvender sig til det politisk interesserede publikum, og bold.dk, som udelukkende henvender sig til at fodboldinteresserede publikum.

## Datakilder

De valgte datakilder følger mere eller mindre de fire kapitler i kredsløbsmodellen:

I kapitel 1 undersøges det, hvor mange redaktionelle artikler, der henviser til indhold fra sociale medier. Dette gøres ved hjælp af data fra Infomedias eget mediearkiv. Nyhedsartiklerne er fremsøgt via ordmæssige søgestrengte, der tilsammen sammenfatter de tre emner i fokus.

Kapitel to undersøger, hvilke af disse redaktionelle artikler, der spredes mest på de sociale medier. Dette gøres ved hjælp af 1) Facebook-data fra "De Virale Nyheder", som er et social data-projekt tilknyttet Syddansk Universitet, og 2) data fra Talkwalker, som er Infomedias primære social media-partner, fra Twitter, Instagram og YouTube. De to datatyper er efterfølgende flettet sammen og analyseret under ét. Den lukkede del af Facebook er af hensyn til privatlivsmæssige årsager ikke tilgængelig for nærmere analyse. I kapitel to kan der således udelukkende analyseres på antallet af Facebook-interaktioner, men ikke analyseres på hvem der deler og kommenterer på hvad. Andre lukkede sociale medier, såsom f.eks. LinkedIn eller Snapchat, er heller ikke tilgængelige for analyse.

Kapitel tre undersøger, hvad der bliver diskuteret på de sociale medier, og hvor stor en del af debatten, som indeholder referencer til redaktionelle medier. Dette gøres via en splejsning af Twitter-data (samt de ganske få data vi har fundet på de tre debatter på Instagram og Youtube) fra Talkwalker, og Facebook-data indsamlet via Datagnion, en anden social media-partner specialiseret i Facebook på tværs af al åben Facebook-data. Data i dette kapitel er i modsætning til kapitel 2 udelukkende baseret på interaktioner fra åbne profiler. Indsamling af data er foretaget via søgestrengte, der tilsammen sammenfatter de tre emner i fokus med de ord og udtryk, som bruges på de sociale medier.

Kapitel fire undersøger, hvilke nyheder under de tre emner, som bliver læst på otte danske nyhedssider: b.dk, bt.dk, ekstrabladet.dk, finans.dk, jyllands-posten.dk, politiken.dk og tv2.dk (inkl. undersites, f.eks. business.dk). Data er indsamlet via Infomedias partner Chartbeat, som er et real-time redaktionsværktøj til at følge med i mest læste historier lige nu mv. DR.dk er ikke kunde hos Chartbeat, og deres nyhedsproduktion fremgår derfor ikke i dette kapitel. Al data i dette kapitel er anonymiseret og generaliseret. Dette er gjort efter aftale med Chartbeat og Chartbeats kunder, fordi specifik data omkring læsertal mv. kan være forretningsfølsomme oplysninger for medierne. Data er blevet indsamlet via en API, som hvert femte minut har høstet læsnings-data for hver af de 100 artikler på hvert af de omfattede nyhedssites. Herfra er data blevet aggregeret, og der er foretaget udregninger for de artikler, som emnemæssigt er omfattet af analysen.

Kapitel fem undersøger det overordnede flow af sager i kredsløbsmodellen. Dette gøres ved at sammenligne sager og enkelt-artikler på tværs af kapitlerne 1-4. Læs mere om den konkrete metode ved begyndelsen af hvert kapitel.

## Valg af emner: Udlændinge, skat og landsholdet

For at sikre en mere præcis besvarelse har Infomedia i samarbejde med Mandag Morgen valgt at snævre undersøgelses-området ind til i alt tre emner, som i efteråret 2016 forventes at have genereret en del debat og omtale i både redaktionelle og sociale medier.

Fordelen ved at vælge tre emner, hvor der forventes højt debatniveau, er a) at det øger mængden af data, som der kan analyseres på og b) at det muliggør en såkaldt "most likely"-casetilgang, hvor der intuitivt vil være stor sandsynlighed for, at man kan identificere klare trafik- og indholdsmæssige sammenhænge mellem de redaktionelle og sociale medier. Ulempen er, at "most likely"-designet kan gøre det sværere at sandsynliggøre, hvordan de trafik- og indholdsmæssige sammenhænge vil se ud i emner med generelt lavere interesseniveau.

På den ene side er der således blevet fokuseret på at vælge emner med højest mulig debatniveau. På den anden side er det blevet valgt, at to ud af de tre emner skal være af samfundsmæssig relevans og med implikationer for den demokratiske dialog. Hermed afgrænser analysen sig fra at inddrage mere gossip-prægede emner eller eksempelvis kriminalstoffet. Dette har den ulempe, at en stor del journalistik produceres med underholdning for øje – journalistik, som kun vil blive beskrevet i begrænset omfang i denne rapport. Omvendt har indsnævringen den fordel, at den samfundsmæssige relevans af konklusionerne synes mere intuitiv og åbenbar.

For at ramme så bredt som muligt inden for det samfundsmæssige, er det blevet valgt at fokusere på to politiske emner, som indholdsmæssigt dækker både den fordelingspolitiske og den værdipolitiske akse i dansk politik.

Det første emne er udlændingepolitik, der politisk set er at betragte som et værdipolitisk emne. Emnet er meget bredt, og der søges på en lang række ord, som relaterer sig til debatten om udlændinge og indvandrere i Danmark. Gennem bred søgning sikres, at emnet tematisk inddrager både debatdeltagelse fra tilhængere og modstandere af indvandring og integration. Fordelen derved er, at der i dataindsamlingen ikke opstår bias mod en bestemt vinkling af emnet. Søgestrengene og ordvalget brugt til at indfange data varierer alt efter, om det er redaktionelle eller sociale medier, som undersøges.

Det andet emne er skattepolitik, som politisk set er at betragte som et fordelingspolitisk emne. Emnet indeholder alt fra debat om topskattelettelse til refusionsskandalen i SKAT. Gennem bred søgning sikres, at emnet tematisk set ikke skævvrides, ved både at inkludere tilhængere og modstandere af skattelettelse mv.

Tredje emne er landsholdet (herrelandsholdet i fodbold). Dette emne er valgt, fordi det er helt apolitisk og dermed kan forventes at adskille sig fra de to politiske emner i forhold til sammenhængen mellem redaktionelle og sociale medier. Søgningsteknik er landsholdet nemmere at håndtere i forhold til at undgå bias i ordvalget. Landsholdet spiller desuden kampe i den valgte periode, hvilket bidrager til at være et "most likely"-emnevalg, både i forhold til mængden af data og sandsynligheden for at kunne identificere klare trafik- og indholdsmæssige sammenhænge mellem de redaktionelle og sociale medier.

God fornøjelse!

Lasse Skjoldan, senior advisor, Infomedia





# Kapitel 1: I hvor høj grad refererer redaktionelle online medier til sociale medier?

- 10% af alle redaktionelle nyheder i uge 46 indeholder en referencer til indhold eller debat på de sociale medier (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Instagram, Youtube, Pinterest, Tumblr, Flickr, Snapchat, m.fl.). I 2011 var dette tal nede på 3%. Tendensen synes at være klar: Debatterne på de sociale medier påvirker i stigende grad det, som bliver skrevet om på nyhedsredaktionerne. For de tre emner udlændinge, skat eller landshold er der i alt 9% af artiklerne, som refererer til indhold eller debatter på de sociale medier.
- Referencerne til de sociale medier kan opdeles i fire typer:
  - 1) Opslaget er selve nyheden (f.eks. en heftig eller ny udtalelse)
  - 2) Opslaget behandles præcis som andre typer citater (som dokumentation)
  - 3) Artiklen handler om eller opsummerer debatten på sociale medier (generelt eller om specifik sag)
  - 4) Opslaget har forårsaget begivenheder, der dækkes som en sag i medierne (f.eks. juridisk eller moralsk sag)
- Internationale nyhedsmedier er stort set fraværende i den danske pressedækning af de tre emner, udlændinge, skat eller landshold i uge 46. På tværs af de i alt 1.094 omtaler er der kun fundet 7 artikler, der refererer til et internationalt redaktionelt medie.

## Metoden i dette kapitel

Dette kapitel undersøger de redaktionelle mediers dækning af udlændinge, skat og landsholdet (ekskl. satirestof, programoversigter, navnestof og øvrigt listestof).

De omfattede medier er b.dk, bt.dk, dr.dk, ekstrabladet.dk, finans.dk, jyllands-posten.dk, politiken.dk og tv2.dk (inkl. undersites såsom f.eks. Business.dk).

Måleenheden er antal webartikler fra de omfattede nyhedsmedier – heraf hvor mange, som refererer til indhold eller begivenheder på de sociale medier.

Data i dette kapitel kommer fra Infomedia. Artiklerne er fremkommet via ordmæssige søgestrengte, der tilsammen sammenfatter de tre emner i fokus.

Kapitlet baserer sig på i alt **1.094** redaktionelle artikler (de tre emner samlet)

## De 10 største online mediesager i uge 46:

#	Sag	Antal artikler
1	Ny regering	199
2	Finanslov	197
3	PSO-aftale	162
4	Sænket registreringsafgift	91
5	Nye ejendomsvurderinger	71
6	Afbud til DK-Tjekkiet	66
7	Dolberg-debut	42
8	Hareide-udtalelse	35
9	Optakt: DK-Kazakhstan	33
10	Nyt skattevæsen (7 mia.)	27

## Afsnit i dette kapitel:

- I hvor høj grad refererer redaktionelle medier til begivenheder og debatter på sociale medier?
- Hvilke sociale medier refereres der til?
- Hvilke redaktionelle medier skriver mest/mindst om ting, der sker på sociale medier?
- Hvor meget af dækningen er baseret på internationalt indhold fra redaktionelle medier?

## I hvor høj grad refererer redaktionelle medier til begivenheder og debatter på sociale medier?

Andelen af redaktionelle artikler om alle emner, der refererer til sociale medier, er steget fra omkring 3% i uge 46 i 2011 til cirka 10% i uge 46 i 2016 (Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Instagram, Youtube, Pinterest, Tumblr, Flickr, Snapchat, etc.). Disse data omfatter således alle nyhedsartikler i uge 46 om alle emner i årene 2011-2016. Alene fra 2015 til 2016 er andelen steget med tre procentpoint, mens andelen i de øvrige år er steget med enten ét eller to procentpoint. Udviklingen indikerer, at de redaktionelle mediers brug af referencer til sociale medier er ved at tage fart. Denne tendens er ikke overraskende, set i lyset af, at sociale medier bruges af flere og flere mennesker, og flere og flere forskellige typer sociale medier kommer til. F.eks. er Instagram og Snapchat kommet til de seneste år.

Af tabellen fremgår det, at 10% af alle redaktionelle artikler i uge 46 refererer til sociale medier. Dette vidner om, at kombinationen af emnerne udlændingedeбат, skattedebat og landsholdsdebat, hvor andelen af referencer til sociale medier er omkring 9%, ligner det generelle billede meget.

Uge 46	Artikler i alt <sup>1</sup>	SoMe-referencer <sup>2</sup>	Facebook	Twitter	Youtube	Instagram
2016	5.990	10%	6%	4%	1%	1%
2015	7.609	7%	3%	4%	0%	1%
2014	6.466	7%	3%	4%	1%	0%
2013	6.645	6%	4%	2%	1%	0%
2012	5.460	4%	2%	1%	1%	0%
2011	5.875	3%	2%	1%	0%	0%

For de tre emner udlændinge, skat eller landshold er der i alt 9% af artiklerne, som refererer til indhold eller debatter på de sociale medier.

Udlændinge er klart det emne, hvor de redaktionelle medier refererer mest til sociale medier, mens dækningen af skat og landsholdet trækker andelen ned. De få artikler om landsholdet, der refererer til sociale medier, er perifere og indgår som en del af en større historie. I kontrast hertil, kan der både ved dækningen af udlændingepolitik og skattepolitik identificeres store historier, der på forskellig vis er skabt eller styrket ved begivenheder og debatter på sociale medier.

	Antal artikler	SoMe-referencer (SoMe = Sociale Medier)	
		Antal	Andel
De tre emner samlet <sup>3</sup>	1.094	96	9%
Udlændinge	347	38	11%
Skat	573	39	7%
Landsholdet	263	22	8%

<sup>1</sup> Til den historiske analyse af de omfattede medier, er Infomedias mediearkiv benyttet således, at kun artikler der indeholder søgeordet 'og' fremgår. Dette søgeord har gennem adskillige års praksis vist sig, at være det bedste ord til hurtigt at indkredse det reelle antal artikler i en given periode, idet stort set alle artikler med reelt skrevet indhold indeholder ordet 'og'. Dette hjælper blandt andet til at frasortere overskrifter, fremhævede citater, programoversigter mv., som ellers normalt kommer med i det totale antal artikler, når man søger i Infomedias mediearkiv.

<sup>2</sup> SoMe er en forkortelse for Sociale Medier. Bemærk: Nogle artikler referer til mere end et socialt medie i samme artikel. Derfor giver den summerede procent mere end det samlede procenttal.

<sup>3</sup> Nogle artikler indeholder mere end ét emne. Derfor er totalen "De tre emner samlet" lavere end summen af de tre emner.

## Udlændinge

11% af de redaktionelle mediers dækning af udlændinge refererer til indhold på sociale medier. Udlændinge er dermed det emne, hvor historier i højest grad baserer sig på, eller refererer til, begivenheder eller debatter på sociale medier. I uge 46 er der særligt to begivenheder på de sociale medier, der skrives om. Den ene er retssagen mod en muslimsk pige, der var var tiltalt for terrorbilligelse, efter at have kaldt Omar El-Hussein en helt på Facebook dagen efter terrorangrebene i København den 14. februar 2015. Facebook-indlægget er ikke skrevet i uge 46, men pga. dets konsekvenser – en retssag og efterfølgende dom – bliver det dækket af de redaktionelle medier. Den anden store udlændingehistorie handlede om Københavns Politi, som havde lagt et tweet op om "zi..."-tyveknegte på Vesterbro. Twitter-brugernes forargelse og det digitale blæsevejr, der fulgte, fik Københavns Politi til at undskylde for ikke at bruge den anerkendte betegnelse for romaer.



"Det er så trist at han skulle dø på den måde, men han gjorde noget, som ingen andre turde gøre. Han gjorde det for profet Muhammads skyld. Han er sandelig en helt."

**Teenagepige**

Citeret på Jyllands-Posten.dk, 18. nov. 2016



"Der er flere udlændinge (zi...) som vil have din pinkode. Nu er den gal på Vesterbro, hvor tyveknegte vil hjælpe dig – sig pænt nej."

**Københavns Politi**

Citeret på Ekstrabladet.dk, 15. nov. 2016

## Skat

7% af den redaktionelle dækning af skat refererer til sociale medier. Dermed er skat det af de tre emner med lavest andel af referencer til sociale medier. De to store historier med referencer til sociale medier var finanslovsaftalen, og annonceringen af at V ville invitere LA og K med i en ny regering. De redaktionelle medier refererede til politikere og eksperter kommentarer til finansloven. F.eks. kritiserede Pia Olsen Dyhr (SF) 'skævheden' af finansloven på Twitter, mens Anders Samuelsen (LA) ønskede Danmark tillykke. De redaktionelle medier refererede ligeledes til forhandlingerne om en ny regering, hvor politikere og kommentatorers kommentarer blev listet. Det var især Anders Samuelssens Facebook-annoncering om, at LA ville droppe det ultimative krav om topskattelettelser på 5% og takke ja til invitationen om at indgå i regering – og den efterfølgende (shit)storm på de sociale medier, som de redaktionelle medier refererede til.



"Festen i whiskybæltet fortsætter. Sort finanslov. De rige boligejere bliver rigere, de dyreste biler bliver billigere. Helt skævt"

**Pia Olsen Dyhr**

Citeret på B.dk, 18. nov. 2016



"Statsministeren har inviteret Liberal Alliance til at træde ind i regeringen. Den invitation har jeg naturligvis på vegne af LA takket ja til..."

**Anders Samuelsen**

Citeret på B.dk, 19. nov. 2016

## Landsholdet

8% af den redaktionelle dækning af landsholdet refererer til sociale medier. Disse referencer handler typisk om konkrete landsholdsspillere, og i særdeleshed om en række afbud til landskampen mod Tjekkiet, som blev annonceret af DBU på Twitter. De redaktionelle medier refererede til DBU's Twitter-indlæg i sig selv, men der blev også refereret til debatten om afbuddene på de sociale medier: "Afbuddene har sat gang i Twitter, hvor #endelafnogetsmåskadet har spredt sig med sarkastisk begejstring." ('Småskadet' i maven: Endnu et afbud til landsholdet truer, bt.dk, 13.11.16).



"Pierre Emile Højbjerg og Martin Braithwaite forlader landsholdsljeren pga småskader, der betyder, at de ikke bliver klar til Tjekkiet-kampen"

**Dansk Boldspil-Union**

Citeret på bt.dk, 13. nov. 2016



"Øv altzzzzå. Hvor er landsholdet bare forfulgt af uheld. Så TRÆLS! #pray4landsholdet #endelafnogetsmåskadet"

**FODBOLDBROK**

Citeret på bt.dk, 13. nov. 2016

## Hvilke sociale medier refereres der til?

På tværs af alle tre emner er det altovervejende Facebook og Twitter, der refereres til i de redaktionelle medier. Af undersøgelsens samlede antal artikler refererer 55 til Facebook (5%), 44 til Twitter (4%), 4 til Instagram, 3 til YouTube og ingen til hverken LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Flickr eller Snapchat. Det er på Facebook og Twitter, at de store historier opstår og styrkes i aktualitet. De få henvisninger til Instagram og YouTube er primært perifere referencer uden betydning for artiklens vinkel.

	Antal artikler	Facebook-referencer		Twitter-referencer		Instagram-referencer		YouTube-referencer	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
<b>De tre emner samlet</b>	1.094 <sup>4</sup>	55	5%	44	4%	4	0%	3	0%
<b>Udlændinge</b>	347	26	7%	15	4%	3	1%	2	1%
<b>Skat</b>	573	30	5%	13	2%	1	0%	1	0%
<b>Landsholdet</b>	263	3	1%	20	8%	2	1%	2	0%

## Udlændinge

I udlændinge er det primært Facebook (7%) og Twitter (4%), der refereres til. De to største sager tydeliggør dette: Den muslimske piges hyldest af Omar El-Husseini på Facebook, og Københavns Politis advarsel og efterfølgende undskyldning på Twitter. Instagram refereres der kun til i to artikler. Disse er, modsat Facebook- og Twitter-begivenhederne, perifere referencer, frem for skabende for selve indholdet af artiklerne. Det drejer sig om en reference til den muslimske modeblogger Nusaiba Mohammads 28.000 følgere på Instagram (*Muslimsk modeblogger vil bryde med det vestlige skønhedsideal*, dr.dk, 20.11.16), og en omtale af de 2.452 borgerforslag til daværende Kulturminister Bertel Haarders Danmarkskanon, der var kommet på bl.a. Instagram (*Unikke danske værdier udebliver: Her er de 20 kandidater til Danmarkskanonen*, b.dk, 15.11.16). I udlændinge er der ikke fundet referencer til LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Flickr eller Snapchat.

## Skat

Facebook (5%) og Twitter (2%) er også i skat de mest refererede sociale medier. Det var netop på Facebook, at Anders Samuelsen takkede ja til invitationen om at indgå i forhandlingerne om en ny regering, ligesom det også var på Facebook, at Lars Seier erklærede sin opbakning til LA's arbejde. Begge indlæg genererede Ritzau-telegrammer, der blev bragt i en række redaktionelle medier. De redaktionelle medier refererede desuden til tweets, der hånedes Samuelsen for hans beslutning om "ministerbiler frem for topskatteløstelser", jokede med 'stålsatte øjne' og til billeder af Samuelsen med BMW-ikoner som øjne. Dette ledte ligefrem til interviews med Samuelsen om debatten på de sociale medier. Der er ikke fundet referencer til YouTube, LinkedIn, Pinterest, Tumblr, Flickr eller Snapchat.



"Anders' principfasthed har ført til en kæmpetriumph, og i stedet for at slås om en ganske lille del af statsbudgettet, får LA nu indflydelse på det hele i stedet"

Lars Seier  
Citeret på Politiken.dk, 19. nov. 2016



"De stålsatte øjne er smeltet. Spørgsmålet er ikke længere om Samuelsen principper er til salg. Nu er det kun prisen de forhandler om #dkpol"

Birgitte Berthelsen  
Citeret på Ekstrabladet.dk, 19. nov. 2016

## Landsholdet

Det er i høj grad Twitter (8%), der refereres til i de redaktionelle mediers dækning af landsholdet. Til forskel fra de to andre emner refereres der kun til Facebook i 1% af dækningen. I den redaktionelle dækning af landsholdet refereres der dog også til Instagram og YouTube. Der henvises til et kontroversielt Instagram-billede (som er blevet fjernet igen) i et portræt af den danske fodboldspiller Christian Gytkjær, som har fået succes på det norske hold Rosenborg BK (*Rosenborgs danske topscorer har altid troet på sig selv*, tv2.dk, 17.11.16). Ekstrabladet.dk anvender Ajax' YouTube-video som kilde i artiklen *Ajax afviser storklubber: Dolberg er ikke til salg* (20.11.16).

<sup>4</sup> NB: Det samlede antal artikler for alle tre medier er højere end summen for de tre emner. Dette er fordi der er mange artikler, der både handler om udlændinge og skat, f.eks. artikler om finanslovsaftalen.


## Hvilke redaktionelle medier skriver mest/mindst om ting, der sker på sociale medier?

Ekstrabladet.dk er det medie, der i flest af deres artikler referer til sociale medier (15%). Ud over ugens store historier bragte ekstrabladet.dk historier, hvor nyheden i sig selv var et populært internetfænomen. F.eks. bragte ekstrabladet.dk en historie om en video, der er blevet set millioner af gange på en Facebookside. Politiken.dk er, med 12% referencer til sociale medier, det tredje mest SoMe-dækkende medie. Her bragte man flere historier, der helt eksplicit baserede sig på debatter på Twitter (*Lad Twitter guide dig gennem finansloven* (18.11.16) og *Udsigten til en udvidet regeringsfamilie får de sociale medier til at boble* (19.11.16)). DR.dk var det medie med lavest andel af referencer til begivenheder eller debatter på sociale medier, med blot to Ritzau-telegrammer og én perifer reference til Instagram. Andelen er ligeledes lav på Finans.dk, hvilket dog skal ses i lyset af, at mediet hovedsageligt kun dækkede emnet skat.



"Grunden til vi ikke er med i #f17: Kulsort og #allmalepanel #JamaisSansElles #aldrigudenhede #dkpol"

**Alternativet**  
Citeret på Politiken.dk, 19. nov. 2016



"Ny regering kan da kun blive til det bedre. Vi samarbejder gerne, hvis internt løppeckirkus erstattes af udsyn, uddannelse og grøn omstilling"

**Morten Østergaard**  
Citeret på Politiken.dk, 19. nov. 2016

De tre emner samlet	Antal artikler fordelt på medier	SoMe-referencer	
		Antal	Andel
Ekstrabladet.dk	116	17	15%
Politiken.dk	93	11	12%
BT.dk	212	21	10%
B.dk	181	19	10%
TV 2	97	7	7%
Jyllands-posten.dk	181	12	7%
Finans.dk	94	5	5%
DR.dk	120	4	3%

### Udlændinge

I udlændinge refererer hele 21% af ekstrabladet.dk's historier til sociale medier. En stor del af disse omhandler de to store sager ('terrorbilligelse' og 'Københavns Politi'), men der findes også artikler, hvor nyheden er et populært internetfænomen i sig selv. Eksempelvis historien om en Facebook-side, hvor Arian Kashefs video, der er et socialt eksperiment om tillid til muslimer, er blevet set 42 millioner gange (*Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?*, Ekstrabladet.dk, 16.11.16). 17% af politiken.dk's artikler om udlændinge refererer til sociale medier. Udover de store historier med politiske tweets og Facebook-opslag bragte politiken.dk flere debatindlæg med henvisninger til sociale medier samt artiklen *Lad Twitter guide dig gennem finansloven* (19.11.16), hvor politikere og partiers tweets listes og kommenteres.





**Arian Kashef**  
Citeret på Ekstrabladet.dk, 16. nov. 2016



"DF har kæmpet for en nødbremse, som giver mulighed for at afvise asylansøgere ved grænsen. Det sker nu #f17 #dkpol"

**Dansk Folkeparti**  
Citeret på Politiken.dk, 19. nov. 2016

	Antal artikler fordelt på medier	SoMe-referencer	
		Antal	Andel
Ekstrabladet.dk	38	8	21%
Politiken.dk	37	6	17%
B.dk	78	12	15%
BT.dk	56	5	9%
TV 2	15	1	7%
Jyllands-posten.dk	64	4	6%
DR.dk	45	2	5%
Finans.dk	14	0	0%

## Skat

I skat er bt.dk og ekstrabladet.dk de medier, hvis andel af artikler refererer mest til sociale medier (begge 11%). Begge medier skrev primært om forhandlinger om den ny regering og Liberal Alliances valg om at indgå heri. Desuden publicerede begge medier historier specifikt om kritikken af Samuelson på de sociale medier, f.eks. i form af en artikel på Ekstrabladet.dk, hvor LA-formanden bliver spurgt direkte: "Du bliver drillet på sociale medier med, at de nye stålsatte øjne er ministerbilens Audi-lygter i mørket. Skal vi til at kalde dig Audi-Anders?" (*Audi-Anders efter gigantisk ko-vending: Jeg har de samme øjne*, ekstrabladet.dk, 19.11.16). Politiken.dk er med 8% det medie, der refererer tredje mest til sociale medier. Politiken var blandt dem, der bragte mange historier, hvor selve nyhedsvinklen var, at der var debat på de sociale medier (*Lad Twitter guide dig gennem finansloven*, politiken.dk, 18.11.16 og *Udsigten til en udvidet regeringsfamilie får de sociale medier til at boble*, politiken.dk, 19.11.16).



	Antal artikler fordelt på medier	SoMe-referencer	
		Antal	Andel
BT.dk	92	10	11%
Ekstrabladet.dk	47	5	11%
Politiken.dk	49	4	8%
TV 2	45	3	7%
Finans.dk	85	5	6%
B.dk	104	6	6%
Jyllands-posten.dk	88	5	6%
DR.dk	63	1	2%

## Landsholdet

Også i landsholdet er ekstrabladet.dk det medie, der refererer mest til sociale medier (13% af alle landsholds-artikler). Dette er hovedsageligt drevet af historier om Dansk Boldspil-Unions annoncering af skadesafbud til Tjekket-kampen på Twitter.

	Antal artikler fordelt på medier	SoMe-referencer	
		Antal	Andel
<b>Ekstrabladet.dk</b>	40	5	13%
<b>Politiken.dk</b>	17	2	12%
<b>B.dk</b>	21	2	10%
<b>BT.dk</b>	79	6	8%
<b>TV 2</b>	40	3	8%
<b>Jyllands-posten.dk</b>	41	3	7%
<b>DR.dk</b>	23	1	4%
<b>Finans.dk</b>	2	0	0%

## Hvor meget af dækningen er baseret på internationalt indhold fra redaktionelle medier?

Indhold fra internationale nyhedsmedier er stort set fraværende i den danske redaktionelle mediedækning i uge 46. Under 1%, svarende til 7 artikler, refererer til internationalt indhold fra redaktionelle medier (6 om udlændingepolitik og 1 om landsholdet). Ikke overraskende er det hovedsageligt emnet udlændingepolitik, der tidligere har haft en stor andel internationale referencer, f.eks. refereres der til udlandets omtale af den danske udlændingedeбат. Et enkelt eksempel på en historie, der refererer til internationalt indhold er *Billedet af en ensom muslim i en dansk sportshal trækker overskrifter i udlandet* (jyllands-posten.dk, 18.11.16). Derudover anvendes internationalt indhold primært i oversigtsartikler om andre mediers nyheder, f.eks. henviser Politiken.dk til New York Times for nyheden om at LEGO stoppede samarbejdet med den indvandrerkritiske britiske avis Daily Mail (20.11.16).

## Kapitel 2: Hvordan spredtes indhold fra redaktionelle medier på de sociale medier?

- 92% af alle producerede nyheder under et af de tre emner bliver delt mindst én gang på de sociale medier. Det betyder omvendt, 8% af alle nyheder ikke får noget liv på de sociale medier.
- Facebook genererer omkring 378 gange så mange interaktioner som Twitter på de tre emner i fokus.
- Debatstof er særdeles velegnet til at skabe spredning på de sociale medier. Fire ud af de fem artikler med flest sociale interaktioner under de tre emner er debatstof
- Selvfølgelig tendenser. Flere af artiklerne i top 5 over flest sociale interaktioner er en del af den sub-genre til debat, som man kan kalde 'Referat af social debat'. Således er den mest interaktionskabende artikel i uge 46, *Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (ekstrabladet.dk, 18.11.16), skrevet som en opsummering af et heftigt indlæg på Nationen.dk (ekstrabladet.dk's sociale debatunivers). Samme skabelon følger nummer fire og fem på listen, ligesom nummer to på listen, *Millioner har set danske Ariens video: Tør du kramme en muslim?* (ekstrabladet.dk, 16.11.16), er en artikel om en video, som særligt mange har set på de sociale medier. Indhold om hvad der sker på de sociale medier, synes med andre ord at være yderst velegnet til at generere yderligere aktivitet på de sociale medier.

### Metoden i dette kapitel

Dette kapitel undersøger, i hvor høj grad de redaktionelle artikler fra sidste kapitel bliver spredt på de sociale medier.

Måleenheden er interaktioner, hvilket vil sige det samlede antal delinger, kommentarer og likes mv., som hver enkelt artikel har fået på Twitter og på Facebook (lukkede såvel som den åbne profiler, men ekskl. lukkede grupper).

Vi har også undersøgt nyhedsinteraktioner på Instagram og YouTube, men har ikke fundet nogen interaktioner med nyheder inden for de tre definerede emner.

I dette kapitel kommer Twitter-data fra Talkwalker, som er Infomedias primære social media-partner. Facebook-data kommer fra De Virale Nyheder, som er et social data-projekt tilknyttet Syddansk Universitet.

Kapitlet baserer sig på **1.009** af de i alt 1.094 artikler fra kapitel 1 (de tre emner samlet).

### Top 10 mediesager med flest sociale interaktioner

#	Sag	Interaktioner
1	Finanslov	44.614
2	Ny regering	35.293
3	PSO-aftale	18.173
4	Eliten vs. Folket	10.530
5	Uber-dom	8.344
6	Kram en muslim	7.942
7	Imam-udtalelse på Fyn	6.276
8	Kr. Jensen åben for øget afr. indvandring	5.273
9	Svømmehaller (ifm. udlændinge)	4.934
10	Nye ejendomsvurderinger	4.684

### Afsnit i dette kapitel:

- Hvor meget af det redaktionelle indhold spredes på sociale medier?
- Hvilke artikler opnår flest delinger?
- Top 20 interaktioner: Alle nyheder i uge 46
- På hvilke sociale medier deles det redaktionelle indhold?



## Hvor meget af det redaktionelle indhold spredes på sociale medier?

92% af det redaktionelle indhold i de tre debatter spredes på de sociale medier. Det betyder omvendt, at 8% ikke får noget liv på de sociale medier. Landsholdet er det emne, hvor andelen af artikler der spredes på de sociale medier er lavest (88%).

	Antal artikler i alt	Artikler spredt på SoMe	
		Antal	Andel
De tre emner samlet	1.094 <sup>5</sup>	1.006	92%
Udlændinge	347	321	92%
Skat	573	543	95%
Landsholdet	263	231	88%

## Hvilke artikler opnår flest delinger?

I det følgende gennemgås først de overordnede konklusioner uafhængigt af de tre fokus-emner. Derefter dykkes der ned i konklusionerne for de tre emner: Udlændinge, Skat og Landsholdet.

### Top 20-interaktioner: Alle nyheder i uge 46

Listen nedenfor viser de 20 mest spredte nyheder i uge 46, uafhængigt af de tre emner udlændinge, skat og landsholdet. Som det fremgår, fylder Tønder-sagen godt op. Det var den uge, hvor pigen Zandra valgte at stå frem, og fortælle om sit liv og sine oplevelser dengang hun var barn og blev udsat for seksuelle overgreb. Det skabte stor social aktivitet, og den mest læste artikel i uge 46 var således ekstrabladet.dk's opdatering af en ældre artikel fra 2008. Opdateringen var af faktisk karakter med teksten "Denne artikel er dags dato gået viral på Facebook, og derfor skal Ekstra Bladet for en god ordens skyld gøre opmærksom på, at der er tale om otte år gammel artikel fra november 2008".

Stofområderne Indland og Underholdning fylder mere på listen end de tre emner i fokus. De fem artikler med størst social interaktion ligger under stofområderne Indland og Underholdning. Fra de tre emner i fokus i denne rapport (udlændinge, skat og landshold) er der i alt tre artikler: To artikler fra udlændingebatten og en fra skat.

Det er værd at bemærke, at de to første debat-artikler på den generelle top 20 liste netop omhandler de emner, som undersøges i denne analyse. Det tyder således på, at udlændingeområdet og skatteområdet således – ganske som forventet – er velegnede emner til at undersøge politiske debatter.

#	Artikel (alle nyhedsartikler i uge 46 hos de omfattede medier) Fed skrift = udlændinge, skat eller landshold	Interaktioner	Stofområde	Medie
1	<i>Pædofil: Det var pigens egen skyld</i>	42.849	Indland	ekstrabladet.dk
2	<i>Zandra fra Tøndersagen: Sådan har jeg det i dag</i>	31.733	Indland	tv2.dk
3	<i>Vanvittig afstemning: 70.000 danskere vil afskaffe licens</i>	25.776	Indland	ekstrabladet.dk
4	<i>Luksusfælden: Familien Danmark betaler Stinas indtægt</i>	11.856	Underholdning	ekstrabladet.dk
5	<i>Hovedpersonen i Danmarks mest omtalte misbrugssag står frem: Vil ikke længere gemme sig</i>	11.850	Indland	tv2.dk
6	<i>Amerikansk far tilstår: Ja, jeg dræbte den pædofile, der voldtog min datter</i>	10.539	Udland	bt.dk
7	<i>Mor vil give sin 12-årige datter nye bryster og fedtsugning</i>	9.893	Underholdning	ekstrabladet.dk

<sup>5</sup> NB: Det samlede antal artikler for alle tre medier er højere end summen for de tre emner. Dette er fordi der er mange artikler, der både handler om udlændinge og skat, f.eks. artikler om finanslovsaftalen.

8	<i>Fra 1. januar må 16-årige sætte sig bag rattet</i>	9.878	Politik	tv2.dk
9	<i>Nu er det på plads: Fra denne dato kan 17-årige tage kørekort</i>	9.542	Politik	bt.dk
10	<i>Kæmpe præstation: Jan Ø. slår OL-guldvinder i finale</i>	9.065	Sport	tv2.dk
11	<i>Finanslov koster 15.000 syge danskere feriepengene</i>	8.335	Politik	dr.dk
12	<i>Nu er det manden til venstre, internettet er faldet for [Twitter billeder med falske Joe Biden talebobler]</i>	8.247	Udland	b.dk
13	<i>Børnelæge: Fokus på kræft er helt ude af proportioner</i>	7.976	Indland	ekstrabladet.dk
14	<b>Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk</b>	<b>7.957</b>	<b>Debat</b>	<b>ekstrabladet.dk</b>
15	<b>Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?</b>	<b>7.913</b>	<b>Indland</b>	<b>ekstrabladet.dk</b>
16	<i>Spies gør det igen! Sjov sex-reklame deles voldsomt på Facebook</i>	7.885	Underholdning	bt.dk
17	<b>Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet</b>	<b>7.555</b>	<b>Debat</b>	<b>politiken.dk</b>
18	<i>Mikkel Kessler forkæler alvorligt syge Mopper: Har givet hende en livsændrende gave</i>	7.524	Underholdning	bt.dk
19	<i>Joachim B. blæser på Uber-dom: Fortsætter som passager</i>	7.214	Politik	ekstrabladet.dk
20	<i>Landsretten slår fast: Hundene Frigg og Marley skal aflives</i>	7.165	Indland	tv2.dk

## Top 50-interaktioner: De tre emner samlet

Oversigten nedenfor viser top 50 over mest delte artikler på tværs af alle tre emner i uge 46. Her fremgår det tydeligt, at udlændinge er det emne, hvor flest enkeltartikler har opnået meget høj social interaktion. Modsat er meget få artikler fra landsholdet på top 50, når man kombinerer alle tre emner. Den mest delte artikel på tværs af alle tre emner er ekstrabladet.dk's *Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (18.11.16), som er en artikel skrevet på baggrund af et indlæg på Nationen.dk.

På top 50-listen kan der overordnet skelnes mellem debatstof og mere almindeligt nyhedsstof (især Politik og Indland). Debatstof opnår mange delinger, fordi vinkling og tema indbyder til debat og delinger på sociale medier. Debatstoffet er særligt godt repræsenteret i udlændingebatten, hvor de mest delte artikler især handler om islam og 'klassiske' debatter om muslimer, fordomme, terrorisme, arabiske skilte i offentlige institutioner, kvindeundertrykkelse og kontroversielle imamer. Debatstoffet kan også identificeres i skat med de mange delinger af 'drillende' artikler om Anders Samuelsen, og i landsholdet, hvor den mest delte artikel hylder de mange FCK-spillere som årsagen til den danske landsholdssejr over Kasakhstan.

En stor del af debatstoffet på top 50 kan opdeles i sub-genren 'Referat af social debat', hvor journalister på især ekstrabladet.dk og politiken.dk har skrevet artikler baseret på, hvad der sker i de sociale medier eller på sociale blogs og fora såsom Nationen.dk.

'Almindelige' journalistiske nyheder fylder også godt op på listen. Det skyldes formentlig, at den undersøgte uge indeholdt nogle ret store (skatte-)politiske begivenheder, herunder PSO-aftale med forhøjet bundskat, aftale om ejendomsvurderinger, finanslovsaftale med bl.a. lavere registreringsafgift, samt selvfølgelig udmeldingen om, at Venstre-regeringen konsoliderer sig med de borgerlige partier Konservative og Liberal Alliance. Fælles for de delte nyheder er, at de ofte har en relativt neutral overskrift. Selve kommentarerne til delingerne derimod, er ofte stærkt holdningsprægede (NB: Der er kun muligt at finde data fra den åbne debat på Twitter og Facebook, men ikke fra debatterne i lukkede grupper eller på privatpersoners facebooksider).

Udlændingestoffet har også en del almindelige journalistiske nyheder med på top 50-listen. Disse nyheder er ofte kendetegnet ved, at de nemt glider ind i den overordnede udlændingebate med klare holdninger for og imod indvandring og integration.

I landsholdet handler en stor andel af de mest delte artikler om sejren over Kasakhstan og Eriksens præstation i denne kamp. Dvs. at det er den sportslige triumf, mere end det er vinkling, sprog eller tema, der genererer delinger

I alle tre debatter er den mest delte artikel i uge 46 publiceret af Ekstrabladet.dk.

#	Artikel (samlet for udlændinge, skat og landsholdet)	Interaktioner Delinger, likes og kommentarer på Twitter og på åbne såvel som lukkede Facebook-profiler	Stofområde	Medie
1	Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk	7.957	Debat	Ekstrabladet.dk
2	Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?	7.914	Indland	Ekstrabladet.dk
3	Debat: Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet	7.555	Debat	Politiken.dk
4	Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem	5.649	Debat	Ekstrabladet.dk
5	Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det	5.586	Debat	Ekstrabladet.dk
6	Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'	4.934	Debat	bt.dk
7	Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde	4.318	Politik	Jyllands-posten.dk
8	Samuelson bløder op på ultimativt krav: - Jeg tror, vi kan finde hinanden	4.032	Politik	TV 2
9	DF går i flæsket på domstole	3.807	Politik	bt.dk
10	De raser over ny aftale: Hul i hovedet at lade skatten stige	3.551	Debat	Ekstrabladet.dk
11	De blå partier er enige om næste års finanslov	3.531	Politik	Jyllands-posten.dk
12	Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten	3.340	Politik	Ekstrabladet.dk
13	'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet	3.109	Politik	Ekstrabladet.dk
14	Engell: Samuelson skrotter topskattekrav for ministerbil	3.028	Politik	bt.dk
15	Her er Samuelsons nye søde ministerliv	2.814	Politik	Ekstrabladet.dk
16	Langballe: Blå blok forhandler om at sænke registreringsafgiften	2.523	Politik	TV 2
17	Ny politiuddannelse skal uddanne betjente på seks måneder	2.466	Politik	TV 2
18	Ansatte i oprør: Staten har hugget tre af vores fridage	2.379	Indland	TV 2
19	Udenrigsminister åbner for øget indvandring fra Afrika	2.276	Politik	bt.dk
20	Imam tiltalt: Kaldte jøder for børn af aber og svin	2.099	Indland	Ekstrabladet.dk
21	Samuelson om topskattekrav: Nu har vi en ny situation	2.086	Politik	Politiken.dk
22	»Et stort flertal af vælgerne har gennemskuet, at man kan stemme sig til andre folks penge...«	2.007	Politik	B.dk
23	Medie: PSO-farvel skal finansieres med bundskat og grøn check	1.878	Politik	bt.dk
24	Fakta: Finansloven bugner af udlændingestramninger	1.795	Politik	Jyllands-posten.dk
25	Regeringens PSO-løsning vil ramme pensionisterne	1.769	Politik	Jyllands-posten.dk
26	Kyniske politikere lyver og bilder folk ind at verden kan rullens baglæns	1.706	Debat	B.dk
27	Imam tiltalt for at kalde jøder for børn af aber og svin	1.686	Indland	TV 2
28	Landsholdet vrimlede med FCK'ere: Derfor fungerede det	1.646	Sport	Ekstrabladet.dk
29	Danmarks største udfordring: Vi transformerer på industriel vis børnekroppe til lydige ...	1.635	Debat	Jyllands-posten.dk
30	Din bil bliver billigere, ældreplejen forbedres og din grundskyld fastfrys	1.534	Politik	B.dk
31	Samuelson bliver drillet: Skal ministerbilen bruges til Uber-kørsel?	1.510	Politik	TV 2
32	Dansk Uber-chauffør tjente kæmpe-beløb: 'Det er rystende tal'	1.498	Indland	bt.dk
33	TV 2 erfarer: Din elregning bliver mindre til gengæld stiger skatten	1.498	Politik	TV 2
34	TV 2 erfarer: Blå partier enige om finanslov - biler bliver billigere	1.495	Politik	TV 2
35	Udenrigsministeren åbner for øget indvandring fra Afrika	1.447	Politik	Jyllands-posten.dk
36	Registreringsafgiften sænkes med 250 millioner kroner	1.428	Politik	B.dk
37	Bezzersvisterne og deres elitære selvfedme	1.420	Debat	Ekstrabladet.dk
38	Mor var inde at handle: Mand snuppede barnevogn med sovende baby	1.364	indland	Ekstrabladet.dk
39	Det betyder finansloven for dig: Billigere biler, flere betjente og nye udlændingestramninger	1.306	Politik	TV 2
40	Statsansatte i oprør: Arbejdsgivere hugger vores fridage	1.305	indland	Politiken.dk
41	Blogindlæg: Forestil dig Joachim B. Olsen som beskæftigelsesminister	1.264	Debat	Jyllands-posten.dk
42	»Det er blevet os, der kæmper for individets rettigheder«	1.260	Politik	B.dk
43	S hiver gammelt forslag op af skuffen: Stop for familiesammenføring i ghettoer	1.252	Politik	TV 2
44	Engell: Samuelson får et kæmpe forklaringsproblem	1.218	Politik	TV 2
45	Toft: - Dansk fodbold er til grin	1.214	Sport	TV 2
46	Mor og døtre lå gemt i kummefryser: I dag begravdes Sherin, Linda og Randa	1.202	Indland	bt.dk
47	Uber-chauffør kørte 580.000 kroner ind på ét år	1.142	Indland	Ekstrabladet.dk
48	Debat: Statslige arbejdsgivere chikanerer de offentligt ansatte	1.138	Debat	Politiken.dk
49	»Nye Borgerlige er et parti med en dybde som en flad tallerken«	1.120	Politik	B.dk
50	Vermund sender stikpille til Samuelson Ekstra Bladet	1.120	Politik	Ekstrabladet.dk

## Udlændinge

Den mest delte artikel i udlændinge er fra ekstrabladet.dk's underside Nationen: *Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?* (16.11.16). Artiklen handler om Arians video, der er et socialt eksperiment designet til at 'samle danskerne'. I videoen, der beskrives som en stor succes, står Arian på gaden med et skilt hvorpå der står "Jeg er muslim - ikke terrorist. Stoler du på mig? Så giv et kram".

Den anden mest delte artikel er Politikens debatindlæg *Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.16) skrevet af rektor ved Rungsted Gymnasium, Mogens Hansen. I debatindlægget argumenterer han imod den gængse forklaring af Brexit, valget af Trump, Front Nationals succes i Frankrig osv., om at det er eliten, der ikke har forstået folkets problemer. I stedet argumenterer Mogens Hansen for at det er folket, der ikke har forstået problemerne.

En stor del af de mest delte artikler i udlændinge er historier, der har en 'bebrejdende' vinkel på indvandrere, muslimer eller flygtninge, eller som indbyder til 'klassiske' udlændingedebatter med klare holdninger for og imod indvandring og integration. Eksempelvis er den fjerde mest delte artikel, *Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det* (16.11.16) også fra ekstrabladet.dk's Nationen.

Ligeledes indbyder artikler som *Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'* (bt.dk, 17.11.2016), *Kvindesvømning i Gellerup: Politikerne tager fejl, når de tror, kvinderne er undertrykte* (dr.dk, 16.11.2016) og *Imam tiltalt: Kaldte jøder for børn af aber og svin* (ekstrabladet.dk, 14.11.2016) til klassiske debatter om islam i Danmark. Det er debatter, som deler vandene og netop derfor genererer mange interaktioner på de sociale medier. En anden fremtrædende debat handler om flygtninges taknemmelighed eller utaknemmelighed for at være i Danmark. Dette gælder f.eks. den tredje mest delte artikel *Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgningen og er rejst hjem* (ekstrabladet.dk, 16.11.16). Fælles for de nævnte artikler er, at de fleste mennesker blot på overskriften hurtigt kan vurdere, om de er 'for eller imod' – det er altså nemt at indgå i en debat.

Den femte mest delte artikel er *Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde* (jyllands-posten.dk og politiken.dk, 18.11.16). En artikel, der ikke overraskende blev delt af Dansk Folkeparti og dets medlemmer, og derfra delt af mange borgere.

Artikler: Udlændinge	Interaktioner	Stofområde
1   <i>Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?</i>	7.914	Indland
2   <i>Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet</i>	7.555	Debat
3   <i>Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem</i>	5.649	Debat
4   <i>Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det</i>	5.586	Debat
5   <i>Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde</i>	5.231	Politik
6   <i>Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'</i>	4.934	Debat
7   <i>DF går i flæsket på domstole</i>	3.807	Politik
8   <i>Blå finanslov på plads: Boligejere og bilkøbere tilgodeses</i>	3.757	Politik
9   <i>De blå partier er enige om finansloven</i>	3.558	Politik
10   <i>2660: Danmarks første postnummer med etniske danskere i undertal</i>	3.280	Indland

## Skat

Den mest delte artikel om skat er ekstrabladet.dk's *Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (18.11.16). Her spørger borgeren Lars H., "om han er den eneste, der synes gratis bro er bedre end billigere nypriser på biler".

Den næstmest interaktionstunge artikel er *Løkke: Vi har brug for en ny regering for at komme videre* (dr.dk, 19.11.16). Her er det nyheden – annonceringen af at en ny regering er på vej – der får historien til at blive delt meget.

Adskillige af de mest delte artikler handler om Anders Samuelsen og Liberal Alliances ultimative krav om topskattelettelse på 5%, der blev droppet til fordel for at indgå i forhandlinger om en ny regering. Den tredje mest delte artikel *Samuelsen bløder op på ultimativt krav: - Jeg tror, vi kan finde hinanden* (tv2.dk, 19.11.16) er af journalistisk karakter og indeholder et seriøst interview med Anders Samuelsen (video). De andre artikler om Anders Samuelsen er også journalistiske, men mindre seriøse, mere personfokuserede og nærmest drillende eller mobbende: *'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet* (ekstrabladet.dk, 19.11.2016), *Her er Samuelsens nye søde ministerliv* (ekstrabladet.dk, 20.11.2016) og *Samuelsen bliver drillet: Skal ministerbilen bruges til Uber-kørsel?* (tv2.dk, 19.11.2016). Disse artikler er gode eksempler på selvforstærkende tendenser mellem redaktionelle og sociale medier: Journalisterne skriver historier om ting, der foregår på sociale medier – og disse artikler bliver så igen blandt de mest delte.

Den fjerde-og femte mest delte artikel handler om finansloven: *Blå finanslov på plads: Boligejere og bilkøbere tilgodeses* (dr.dk, 18.11.2016) og *De blå partier er enige om finansloven* (jyllands-posten.dk, 18.11.2016). Andre konkrete nyheder på pladserne lige under top 10 omsat er artikler om Uber-dommen, afskaffelse af PSO-afgiften og især artikler om finansieringen af PSO-aftalen og hævelsen af bundskatten.

Finansloven er i det hele taget højt på listen med yderligere *Blå finanslov på plads: Boligejere og bilkøbere tilgodeses* (dr.dk, 18.11.2016) og *De blå partier er enige om finansloven* (jyllands-posten.dk, 18.11.2016) Det vidner om, at danskerne ikke kun deler artikler, som de enten er meget enige eller uenige i, men også artikler om store (politiske) begivenheder – hvor det er 'nyheden' mere end 'debatten', som bliver delt og kommenteret.

Artikler: Skat		Interaktioner	Stofområde
1	<i>Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk</i>	7.957	Debat
2	<i>Løkke: Vi har brug for en ny regering for at komme videre</i>	4.569	Politik
3	<i>Samuelsen bløder op på ultimativt krav: - Jeg tror, vi kan finde hinanden</i>	4.032	Politik
4	<i>Blå finanslov på plads: Boligejere og bilkøbere tilgodeses</i>	3.757	Politik
5	<i>De blå partier er enige om finansloven</i>	3.558	Politik
6	<i>De raser over ny aftale: Hul i hovedet at lade skatten stige</i>	3.551	Debat
7	<i>Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten</i>	3.340	Politik
8	<i>Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet</i>	3.109	Debat
9	<i>Landsretten stadfæster dom: Ulovligt at køre for Uber</i>	2.910	Indland
10	<i>Her er Samuelsens nye søde ministerliv</i>	2.814	Politik

## Landsholdet

Den mest delte artikel om landsholdet er *Landsholdet vrimlede med FCK'ere: Derfor fungerede det* (ekstrabladet.dk, 12.11.16). Nyhedens høje interaktions-rate skyldes formentlig den vedvarende rivalisering mellem især FCK og Brøndby, hvor fans er blevet provokeret eller begejstret af overskriften.

Den næstmest delte artikel er *Toft: - Dansk fodbold er til grin* (tv2.dk, 13.11.16), der handler om ugens store sag både på de sociale medier og i de redaktionelle medier, nemlig de mange afbud fra landsholdsspillerne. Artiklens præmis er et skarptskåret interview med fodboldkommentator Flemming Toft. Meget sigende er den kontroversielle overskrift "Dansk fodbold er til grin" højt på interaktionslisten, da det er nemt enten at blive forarget eller være enig i budskabet. Det er desuden interessant, at noget af det mest delte, er det, der udviklede sig til en decideret joke på de sociale medier (#endelafnogetsmåskadet), hvilket igen bidrager til selvforstærkende tendenser mellem redaktionelle og sociale medier.

Den tredje mest delte artikel er *Eriksen tryllede: Pligtsejr sender Danmark tilbage i kampen om VM* (tv2.dk, 11.11.16). En række artikler om Eriksens præstation ved kampen mod Kasakhstan er på top 20, heraf flere med metaforen 'trylle' i sin overskrift: *Eriksen efter trylleri: Jeg har skyldt lidt* (tv2.dk, 11.11.2016) og *Christian Eriksen tryllede Danmark til sejr*

(ekstrabladet.dk, 11.11.2016). Fælles for disse artikler er, at de involverer fodboldkommentatorernes bedømmelse af landsholdet.

Artikler	Interaktioner	Stofområde
1   <i>Landsholdet vrimlede med FCK'ere: Derfor fungerede det</i>	1.646	Sport
2   <i>Toft: - Dansk fodbold er til grin</i>	1.214	Sport
3   <i>Eriksen tryllede: Pligtsejr sender Danmark tilbage i kampen om VM</i>	746	Sport
4   <i>Eriksen efter trylleri: Jeg har skyldt lidt</i>	497	Sport
5   <i>Krauls karakterbog: Ledestjernen Eriksen strålede i glimt</i>	458	Sport
6   <i>Christian Eriksen tryllede Danmark til sejr</i>	312	Sport
7   <i>Kasakhstan fik tæv: Her er BTs karakterer til de danske spillere</i>	248	Sport
8   <i>Eriksen kopierede Laudrup-mål fra 1996</i>	243	Sport
9   <i>Endnu et afbud til Hareide: Eriksen rejser hjem</i>	214	Sport
10   <i>Røvkedeligt: Landsholdet sluttede med langgaber</i>	207	Sport

## På hvilke sociale medier deles det redaktionelle indhold?

For alle tre emner gælder det, at Facebook altovervejende er der, hvor redaktionelt indhold deles. Dette skyldes især Facebooks store volumen i antal brugere. Desuden stemmer det overens med, at stort set al trafik fra sociale medier på nyhedssites kommer fra Facebook (se kapitel 4). Hvis man omregner interaktionstallene, svarer det til, at Facebook genererer op omkring 378 gange så mange interaktioner end Twitter.

	Interaktioner		FB/Twitter ratio
	Facebook	Twitter	
<b>De tre emner samlet</b>	235.103	622	1:378
<b>Udlændinge</b>	125.938	234	1:538
<b>Skat</b>	123.446	458	1:270
<b>Landsholdet</b>	11.739	18	1:652

## Kapitel 3: I hvor høj grad refererer sociale medier til redaktionelle medier?

- På Twitter er 32% af alle danske tweets ledsaget med et link til et redaktionelt nyhedsmedie. Dette tal er udregnet på baggrund af samtlige tweets i Danmark i uge 46, uafhængigt af tweetets indhold. For de tre udvalgte emner er det 25% af alle tweets, der indeholder et redaktionelt link.
- På Facebook er det omkring 8,4% af alle offentligt tilgængelige opdateringer, som indeholder et redaktionelt link. Dette er udregnet på baggrund af alle offentligt tilgængelige opdateringer og kommentarer på åbne sider i Facebook, uafhængigt af opslagens indhold. Dette svarer næsten nøjagtigt til de tre emner udvalgt til denne analyse. Her er det 8,6% af alle offentligt tilgængelige opslag, der indeholder et redaktionelt link.
- Omkring hvert tredje opslag med nyhedslink i den offentligt tilgængelige sociale debat (32%) kommer fra medierne selv, som lægger deres nyhed ud på Twitter og Facebook. 41% af alle opslag med nyhedslink kommer fra *private aktører*, dvs. privatpersoner, ikke professionelle foreninger, sportsforeninger, borger-oprettede facebookgrupper mv.. 10% kommer fra nyhedsbots på Twitter, dvs. automatiserede algoritmer, såsom DKPolitik, der viderebringer opslaget, når et nyhedsmedie lægger en artikel ud.
- Debatstoffet fylder markant mindre i den åbne del af de sociale medier end i den lukkede del. Således er der ikke en eneste debatartikel på top 20 over mest delte nyheder på åbne profiler. I kapitel 2, hvor de lukkede profiler også er med, var der fire debatartikler med i top fem.

### Metoden i dette kapitel

I dette kapitel undersøges, hvad der bliver diskuteret på de sociale medier, og hvor stor en del af debatten, som indeholder referencer til redaktionelle medier.

Redaktionelle medier er i dette kapitel ikke begrænset til de otte hovedmedier i analysen, men omfatter samtlige danske og internationale nyhedsmedier.

Den private del af Facebook og andre lukkede sociale medier er af privatlivshensynsmæssige årsager ikke tilgængeligt for analyse. Dette kapitel baserer sig derfor primært på Twitter og offentlige Facebook-sider.

Twitter-data (samt de ganske få data vi har fundet på de tre debatter på Instagram og YouTube) er indsamlet via Talkwalker, Infomedias primære SoMe-partner. Facebook-data er indsamlet via SoMe-partneren Datagnion.

Måleenheden er antal opslag, med særlig fokus på andelen af opslag, som indeholder et link til en redaktionel nyhed.

Indsamling af data er foretaget via søgestrengene, der tilsammen sammenfatter de tre emner i fokus med de ord og udtryk, som bruges på de sociale medier.

Kapitlet baserer sig på i alt **12.835** opslag fra offentligt tilgængelige sociale profiler. Heraf indeholder 1.172 af dem links til i alt 310 af de 1.094 artikler fra kapitel 1 (de tre emner samlet).

### Top 10 over mest omdiskuterede sager på offentligt tilgængelige sociale medie-profiler

#	Sag	Opslag
1	Ny regering	1.082
2	Sænket registreringsafgift	902
3	Finanslov	892
4	Nyt skattevæsen (7 mia.)	783
5	PSO	670
6	Øget indsats mod skattely	383
7	Uber-dom	277
8	DK-Tjekkiet - under kampen	271
9	Øget privat NGO-støtte	185
10	Medborgerundersøgelse	136

## Afsnit i dette kapitel:

- Hvor stor en del af den åbne debat på sociale medier refererer til redaktionelt indhold?
- Hvad er de mest delte artikler på åbne profiler?
- På hvilke sociale medier refereres der mest/mindst til redaktionelt indhold?
- Hvem deler de redaktionelle links?

## Hvor stor en del af den åbne debat på sociale medier refererer til redaktionelt indhold?

I uge 46 er der i alt indsamlet 12.835 opslag (inkl. tweets, retweets, delinger og posts mv.) om de tre emner fra offentligt tilgængelige profiler, herunder især Twitter og Facebook. Næsten 15% af disse opslag indeholder links til redaktionelle medier, hvilket svarer til lidt mindre end hvert syvende opslag. En stor del af disse kommer dog fra medierne selv, samt automatiserede nyhedsbots, som vi skal se senere i sidste afsnit af dette kapitel.

Andelen af opslag, som refererer til redaktionelt indhold er relativt ens på tværs af de tre debatter, hvilket indikerer, at andelen er relativt stabil. Landsholdet er det emne, hvor den åbne sociale debat har den relativt størst andel redaktionelle nyhedslinks. Dette skyldes blandt andet, at landsholdet er den af de tre emner med mindst social debat-aktivitet fra private aktører, som generelt har mindst tilbøjelighed til at knytte et redaktionelt link til et opslag på de sociale medier. Således stammer 70% af alle redaktionelle links fra medierne selv (44%), nyhedsbots (17%) og professionelle aktører (9%). Se sidste afsnit i dette kapitel.

Skat er det af de tre emner med mest omtale på de sociale medier, men med en andel af nyhedsopslag på 13,7%, hvilket er lidt under middel samlet set. Årsagen til dette er sandsynligvis den høje mængde aktivitet samt høj indblanding fra private aktører. Dette er interessant, fordi skat klart er det af de tre emner, hvor der var flest 'store nyheder' i uge 46: 'PSO-aftale', 'aftale om ejendomsvurderinger', 'finanslov' og 'ny regering'. Disse begivenheder kunne hypotetisk have ledt til en større andel opslag med nyhedslinks, fordi der hele tiden er blevet produceret nye vinkler i medierne, som kan blive delt og kommenteret. Det modsatte synes dog at være tilfældet: Fordi der har været store politiske nyheder, er der relativt flere, som har kommenteret begivenhederne uden at tilknytte et nyhedslink.

Udlændinge ligger omkring midt i feltet blandt de tre emner, både i forhold til antal opslag og andelen af opslag med redaktionelle nyhedslinks.

Det er stort set kun dansk redaktionelt indhold, der refereres til. Danskerne delte nærmest ikke internationalt nyhedsstof i hverken udlændinge, skat eller landsholdet i uge 46. Dette til trods for, at især udlændinge og landsholdet forventes at være emner, hvor internationalt indhold kunne tænkes at være relevant for deltagerne i debatten.

	Opslag (offentligt tilgængelige)	Redaktionelt indhold (nationalt + internationalt)		Redaktionelt indhold (nationalt)		Redaktionelt indhold (internationalt)	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
<b>De tre emner samlet</b>	12.835	1.895	14,8%	1.893	14,7%	2	0,0%
<b>Udlændinge</b>	4.222	652	15,4%	651	15,4%	1	0,0%
<b>Skat</b>	7.362	1.009	13,7%	1.008	13,7%	1	0,0%
<b>Landsholdet</b>	1.251	234	18,7%	234	18,7%	0	0,0%

### Udlændinge

I udlændinge på de sociale mediers åbne profiler refererer over 15% af alle opslag direkte til redaktionelt indhold. Dette er på niveau med gennemsnittet for de tre emner. De tre suverænt mest delte artikler i den åbne del af udlændinge er



succeshistorier om indvandrere. Dette adskiller sig fra kapitel 2, hvor de meste delte redaktionelle artikler var baseret på både den åbne og den lukkede del af sociale medier.

Ikke desto mindre er de to mest delte enkeltartikler i den åbne del af de sociale medier Information og Jyllands-Postens historier om Medborgerskabsundersøgelsen, der viste, at nydanskere støtter demokratiet lige så meget som etniske danskere. Denne undersøgelse var end ikke med på top 50-listen over de over de mest diskuterede/delte artikler i kapitel 2.

Størstedelen af de indlæg, der deler disse artikler, gengiver blot overskriften. Dog findes også en andel delinger med en negativ kommentar til indvandrere eller med fokus på politikernes reaktion på undersøgelsen – hermed ikke delinger skabt af undersøgelsens resultater i sig selv, men af reaktioner på den. Eksempelvis fremhævede Information i sin deling af artiklen på Facebook Martin Henriksens (DF) kommentar til undersøgelsen. Sofie Carsten Nielsen (R) delte artiklen på Facebook, hvor hun opfordrede til at dele "den gode nyhed vidt og bredt" og på Twitter, hvor hun fremhævede Inger Støjbergs (V) skepsis overfor undersøgelsens konklusioner. En borger fremhævede med sit tweet, at det netop ikke er undersøgelsen i sig selv, men politikernes reaktion på den – "at Støjberg ikke troede på det" – der skabte ekstraordinært mange delinger.

"Men man bliver ikke dansker af at være demokrat. Der skal meget mere til" – Martin Henriksen (DF)

Deling af artiklen: "Nydanskere støtter demokratiet lige så meget som etniske danskere" (Information.dk)

Information  
16. nov. 2016



"Dejligt! Hvorfor siger du "hvis" Inger Støjberg? Havde konklusionen været modsat havde du så også sagt hvis?"

Deling af artiklen: "Nydanskere støtter demokratiet lige så meget som etniske danskere" (Information.dk)

Sofie Carsten Nielsen  
16. nov. 2016



## Skat

Emnet skat indeholder godt 14% af den offentligt tilgængelige sociale debat links til et redaktionelt nyhedsmedie. Skat har dermed den laveste andel nyhedslinks blandt de tre emner.

Den mest delte redaktionelle artikel er *Regeringen har en aftale om afskaffelse af PSO-afgift* (dr.dk, 17.11.16). Indlæggene, der deler denne artikel, viser altovervejende opbakning til aftalen frem for kritik. Jens Klarskov, Adm. Direktør i Dansk Erhverv erklærede sin opbakning på Twitter, hvilket blev retweetet 19 gange. Klarskovs tweet bidrog således klart til den høje andel af det samlede antal delinger. Dette understreger, at antallet af delinger af en bestemt artikel ikke kun afhænger af artiklen i sig selv, men i høj grad også af, hvem der deler den.

"Lavere el-regning=mere vækst. Farvel PSO. Regeringen har en aftale om afskaffelse af PSO-afgift"

Deling af artiklen: "Regeringen har en aftale om afskaffelse af PSO-afgift" (DR.dk)

Jens Klarskov  
17. nov. 2016



## Landsholdet

Landsholdet er det emne, der refererer mest til redaktionelle medier. Næsten 19% af den offentligt tilgængelige debat om landsholdet på de sociale medier refererer til redaktionelt indhold. Den mest delte artikel er bold.dk's *Danmark rejste sig med sikker pligtsejr* (11.11.16) om landsholdets sejr over Kasakhstan. De næstmest delte artikel er *Hareide slutter landsholdsåret af med 1-1 i Tjekkiet* (dr.dk, 15.11.16) og *Simon Kjær om lave tilskuertal: Hvad kan man forvente?* (dr.dk, 10.11.16). Indlæggene, der delte den sidstnævnte artikel, gengav generelt overskriften, mens DR Nyheder søgte at skabe debat med et spørgsmål, hvortil 33 personer kommenterede i opslagets tråd. Dr.dk's landsholdsartikler er dem, der deles suverænt mest. Derudover er det artikler om flere landsholdsspilleres afbud til venskabskampe, der er blevet delt meget.

I den åbne sociale debat om landsholdet fylder de redaktionelle mediers egne Twitter- og Facebook-profiler relativt meget i andelen af, hvem der deler artiklerne. Det betyder, at



"Hvordan er din lyst til at se landsholdet spille?"

Deling af artiklen: "Simon Kjær om lave tilskuertal: Hvad kan man forvente?" (dr.dk)

DR Nyheder  
10. nov. 2016



"Video: Jacobsen og Povlsen: Sådan ville vi sætte landsholdet mod Kasakhstan #vmdk #landshokldet #Danmark"

Deling af artiklen "Video: Jacobsen og Povlsen: Sådan ville vi sætte landsholdet mod Kasakhstan" (bold.dk)

Bold.dk – Landshold  
11. nov. 2016

de indlæg, der deler artiklerne, primært gengiver overskriften eller citater fra artiklen, frem for at knytte personlige eller holdningsprægede kommentarer, som det er udbredt i både udlændinge- og skat.

## Hvilke artikler deles mest på åbne sociale profiler?

Nedenfor fremgår en top 20-liste over de mest delte nyheder på Twitter og åbne Facebook-profiler, hvor et eller flere af søgeordene for udlændinge, skat eller landsholdet forekommer. Som det fremgår, ser den meget anderledes ud, end den tilsvarende liste fra alle profiler, inkl. de lukkede (se kapitel 2). Den åbne del af den åbne sociale debat er således markant mere præget af politiske nyheder, og mindre af debatstof.

Dette understreges ved, at der blandt de 20 mest delte artikler på åbne sociale profiler ikke er en eneste, som kan kategoriseres som debatstof. Dette skal sammenlignes med den tilsvarende liste i kapitel 2, hvor 6 ud af de 20 artikler med størst social interaktion var debatstof, herunder var 4 debatartikler i top 5. Den åbne del af den åbne sociale debat er med andre ord markant mere nyhedspræget end den lukkede del.

Endelig er det interessant, at 3 af de 5 mest delte artikler på åbne profiler handler om historier, som end ikke er at finde på top 50 over de mest engagerende artikler fra kapitel 2: Medborgerundersøgelsen (nummer 1 og 2 på listen) samt undersøgelsen af højtuddannede indvandreres nettobidrag til statskassen (nummer 4). Det kan entydigt konkluderes, at det er andre ting, der diskuteres og deles blandt den brede befolkning på lukkede Facebook profiler i forhold til den offentlige debat, som foregår på Twitter og åbne Facebook-profiler.

#	Artikel (alle tre emner i åbne sociale medie-profiler)	Opslag m/ed nyhedslink	Stofområde	Medie
1	Nydanskere støtter demokratiet lige så meget som etniske danskere	47	Indland	Information.dk
2	Ny rapport: Nydanskere er lige så glade for demokratiet som etniske danskere	40	Indland	Jyllands-posten.dk
3	Regeringen har en aftale om afskaffelse af PSO-afgift	33	Politik	dr.dk
4	Højt uddannede indvandrere hælder penge i statskassen	32	Indland	b.dk
5	LA bøjer af på ultimativt krav om topskattelettelse: »Det er en ny situation«	22	Politik	b.dk
6	Nyt system for ejendomsvurderinger på plads: 1.000 kr. i klagegebyr	19	Politik	dr.dk
7	S og R vil sætte loft over rige boligejeres skatterabat	19	Politik	dr.dk
8	Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde	19	Politik	Jyllands-posten.dk
9	Din bil bliver billigere, ældreplejen forbedres og din grundskyld fastfrysnes	18	Politik	b.dk
10	2660: Danmarks første postnummer med etniske danskere i undertal	17	Indland	dr.dk
11	Registreringsafgiften sænkes med 250 millioner kroner	15	Politik	b.dk
12	Udenrigsminister åbner for øget indvandring fra Afrika	15	Politik	kristeligt-dagblad.dk
13	Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten	15	Politik	Ekstrabladet.dk
14	Halvdelen af danskerne vil have permanent grænsekontrol	14	Politik	dr.dk
15	Analyse: Samuelsen udskifter topskat med ministerbil	14	Politik	b.dk
16	INTEGRATION: Så ens og forskellige er etniske grupper i Danmark	13	Indland	dr.dk
17	Papes ultimatum til regeringen: Højere skat er »rød politik« og bliver uden os (fra 11. maj 2016)	12	Politik	b.dk
18	DR sætter fokus på integration i Danmark	12	Indland	dr.dk
19	Folketinget kritiserer Løkke for lukkethed om skattesvind	12	Politik	Finans.dk
20	Skat får nyt våben mod formuer i skattely	12	Politik	Politiken.dk

## På hvilke sociale medier refereres der mest/mindst til redaktionelt indhold?

På tværs af de tre emner i fokus i denne analyse, er der hele 25% af indlæggene i debatterne på Twitter, der deler en redaktionel artikel. På den offentlige del af Facebook er andelen nede på omkring 8,6%.

Dette svarer nogenlunde overens med overordnet data fra alle indlæg på Twitter og den åbne del af Facebook, dvs. når undersøgelsesområdet ikke er begrænset til de tre emner udlændinge, skat og landsholdet. På Twitter er det cirka 32% af alle danske tweets ledsaget med et link til et redaktionelt nyhedsmedie, mens tallet for Facebook er omkring 8,4%. Valget af emner i denne analyse synes åledes ikke at være synderligt anderledes, end det generelle billede for Twitter og den åbne del af Facebook.

Det er ikke entydigt, om konklusionerne om den åbne del af Facebook kan generaliseres til også at gælde den lukkede del af Facebook. En formodning kunne dog være, at debatterne på den lukkede del af Facebook indeholder en mindre andel nyhedslinks end de 8,6%, idet debatten her må antages hovedsageligt at bestå af private aktører eller aktører, som debatterer i privat regi. Som det fremgår i et senere afsnit, er det ikke de private aktører, som på Facebook er mest aktive til at dele nyhedslinks.

Der er ikke fundet referencer til redaktionelle medier på andre sociale medier end Twitter og Facebook i uge 46. Dette skyldes ikke nødvendigvis, at der ikke har været debatter om et eller flere af de tre emner på f.eks. Instagram og YouTube. Manglen på data kan også skyldes, at der i denne analyse søges på ord og tekst, mens Instagram er et billedmedie og YouTube et videomedie. For disse to sociale medier skal billedet eller videoen derfor ledsages af en tekst, der matcher analysens søgestreng. Manglen på links til redaktionelle medier er derfor en helt logisk del af selve mediets format. Fremadrettet i dette kapitel analyseres der derfor udelukkende på indholdet fra Facebook og Twitter.

<i>De tre emner samlet:</i>	Alle opslag	Redaktionelt indhold (nationalt + internationalt)		Redaktionelt indhold (nationalt)		Redaktionelt indhold (internationalt)	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
<b>Twitter</b>	4.821	1.210	25,1%	1.208	25,1%	2	0,0%
<b>Facebook (åben)</b>	7.995	685	8,6%	685	8,6%	0	0,0%
<b>Youtube</b>	1	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>Instagram</b>	18	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%

## Udlændinge

I den åbne sociale debat om udlændinge er det på Twitter, at andelen af indlæg med referencer til redaktionelle medier er størst. Omkring 34% af indlæggene om udlændinge på Twitter indeholder således et link til en redaktionel artikel. Andelen af referencer til redaktionelle medier på Twitter er markant større i udlændingebatten end i skattedebatten (ca. 25%) og landsholdsdebatten (14%). På den åbne del af Facebook er andelen af indlæg med referencer til redaktionelle medier nede på omkring 9%, hvilket er på niveau med gennemsnittet for alle tre debatter. Der er ikke fundet referencer til redaktionelle medier på andre sociale medier.

<i>Udlændingebat:</i>	Alle opslag	Redaktionelt indhold (nationalt + internationalt)		Redaktionelt indhold (nationalt)		Redaktionelt indhold (internationalt)	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
<b>Twitter</b>	1.118	379	33,9%	378	99,7%	1	0,3%
<b>Facebook</b>	3.100	273	8,8%	273	100,0%	0	0,0%

## Skat

I den åbne sociale debat om skat er det, som under udlændinge, på Twitter, at andelen af indlæg med referencer til redaktionelle medier er størst (ca. 25%), mens andelen på Facebook er på ca. 7%.

Skattedebat:	Alle opslag	Redaktionelt indhold (nationalt + internationalt)		Redaktionelt indhold (nationalt)		Redaktionelt indhold (internationalt)	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Twitter	2.855	712	24,9%	711	24,9%	1	0,0%
Facebook	4.500	297	6,6%	297	6,6%	0	0,0%

## Landsholdsdebat

I den åbne sociale debat om landsholdet er det modsat de to andre emner på Facebook, at andelen af indlæg med referencer til redaktionelle medier er størst (ca. 29%), mens det på Twitter er 14%. Denne forskel fra de to andre emner skal ses i lyset af, at der generelt er langt færre indlæg om landsholdet, og at der derfor skal færre indlæg til at ændre billedet.

Landsholdsdebat:	Alle opslag	Redaktionelt indhold (nationalt + internationalt)		Redaktionelt indhold (nationalt)		Redaktionelt indhold (internationalt)	
		Antal	Andel	Antal	Andel	Antal	Andel
Twitter	848	119	14,0%	119	14,0%	0	0,0%
Facebook	395	115	29,1%	115	29,1%	0	0,0%

Den store andel af Facebook-indlæg med referencer til redaktionelle medier kan især tilskrives TIPSBLADET og bold.dk, der begge udelukkende refererer til eget redaktionelt indhold.



"Kasper Dolberg fik sin debut for Landsholdet, efter tilskuerne havde sunget hans navn flere gange. Lyt lige til brølet, da han kom på banen!"

Deling af artiklen: "Video: Hør brølet fra Dolbergs indskiftning" (TIPSBLADET.dk)

TIPSBLADET  
11. nov. 2016

## Hvem deler de redaktionelle links?

På tværs af alle tre debatter på den åbne del af de sociale medier, er det privatpersoner, der deler den største andel af indlæg med links til redaktionelle medier (41%), mens medierne selv står for 32% af de delte links. Medierne er altså meget aktive i at få deres artikler spredt på de sociale medier. Ser man på alle indlæg i de tre debatter (dvs. med og uden links til redaktionelle medier) er 75% skrevet af private aktører, mens kun 4% er skrevet af medier. Ikke overraskende deler mediernes egne profiler nærmest i alle indlæg et nyhedslink, mens privataktører i langt mindre grad deler links. Ligeledes er andelen af politikere/partier, professionelle aktører og kendte personers indlæg med redaktionelle links større, end den er for privataktører.

Kategorien 'Internetbots', som er den tredje største i delingen af redaktionelle links (10%), på trods af at den kun fylder 2% af hele debatten, er forskellige typer bots på Twitter, der udelukkende deler redaktionelle links ved hjælp af algoritmer. Disse er eksempelvis DKPolitik, DKFinans, PolitikNyt, Politik Papegøjen, Pip fra journalist og SportenDK.

Overordnet adskiller landsholdet sig fra de to politiske emner med hensyn til, hvem der spreder det redaktionelle indhold, og hvad de skriver i indlæggene, hvor linket deles. Det er primært medierne selv, der deler redaktionelt indhold om landsholdet og indlæggene, der deler artiklerne, er altovervejende blot en gengivelse af overskriften. I den åbne sociale debat om udlændinge og skat på de sociale mediers åbne profiler, er politikere, partier, eksperter og borgere mere aktive i delingerne af redaktionelt indhold, og langt flere indlæg giver udtryk for egne holdninger til de artikler de deler, frem for blot at gengive overskrifter eller uddrag.

Alle aktørgrupper nedenfor er blevet indekseret via navne i Infomedias navnegenkendelsessystem, der kan genkende op mod 6.000 personer og 8.500 organisationer, herunder politikere, partier, kendisser, interesseorganisationer, og talspersoner mv. Hertil er journalister identificeret via Infomedias mediearkiv, som indeholder navn på journalister og forfattere. Dem som, ikke er blevet identificeret via opslagsteknikken, er efterfølgende blevet kategoriseret manuelt for dem, der har foretaget sociale opdateringer med mindst én interaktion (like, deling eller kommentar). Ved opslag med nyhedslink er samtlige personer/organisationer blevet kategoriseret manuelt. Artiklerne er blevet inddelt i følgende stofområder: Politik, Indland, Kriminalstof, Kultur, Sport, Økonomi/Erhverv, Udland, Debat, Livsstil, Underholdning, Andet.

<i>Alle opslag m/u nyhedslinks</i>	<b>Andel i debatten</b>
<b>Privat aktør</b>	75%
<b>Journalist</b>	8%
<b>Politiker/parti</b>	7%
<b>Professionel aktør</b>	4%
<b>Mediet selv</b>	4%
<b>Internetbots</b>	2%
<b>Kendt person</b>	0%

<i>Opslag med nyhedslinks</i>	<b>Antal</b>	<b>Andel</b>
<b>Privat aktør</b>	768	41%
<b>Mediet selv</b>	610	32%
<b>Internetbots</b>	184	10%
<b>Politiker/parti</b>	169	9%
<b>Professionel aktør</b>	86	5%
<b>Journalist</b>	66	3%
<b>Kendt person</b>	10	1%

### Hvem deler på henholdsvis Twitter og Facebook?

På Facebook, hvor der især skal tages højde for, at kun offentlige profiler kan analyseres, er det medierne selv, der står for den største andel af indlæg med links til redaktionelle medier, og det er på trods af, at medier kun fylder 4% af alle opslag på tværs af alle tre emner. Selvom vi i denne del af rapporten kun analyserer den åbne del af Facebook, fremgår det, at private aktører i gennemsnit deler 26% af de redaktionelle links i alle tre debatter. Dette skyldes, at mange private aktører ikke har 'lukket' deres profil. Den tredje største gruppe af aktører, der deler redaktionelle links, er politikere og partier.

<i>Facebook Alle opslag m/u nyhedslinks</i>	<b>Andel af opslag</b>
<b>Privat aktør</b>	78%
<b>Politiker/parti</b>	8%
<b>Journalist</b>	7%
<b>Mediet selv</b>	4%
<b>Professionel aktør</b>	2%
<b>Kendt person</b>	0%

<i>Facebook Opslag med nyhedslinks</i>	<b>Antal</b>	<b>Andel</b>
<b>Mediet selv</b>	331	48%
<b>Privat aktør</b>	178	26%
<b>Politiker/parti</b>	133	19%
<b>Professionel aktør</b>	28	4%
<b>Journalist</b>	11	2%
<b>Kendt person</b>	4	1%

På Twitter minder fordelingerne med og uden links mere om hinanden. Således udgør privataktører både den største andel af debatterne med og uden links (69%) og den største andel af indlæggene med links (49%). Dette vidner om, at privataktører i højere grad deler redaktionelle links på Twitter, end de gør på den åbne del af Facebook. Det er dog vigtigt at fremhæve, at privataktørers profiler på Twitter ikke er lukkede, som de er på Facebook. Medierne står for 23% af indlæggene med redaktionelle links, mens professionelle aktører og journalister kun står for 5% hver.

<i>Twitter Alle opslag m/u nyhedslinks</i>	<b>Andel i debatten</b>
<b>Privat aktør</b>	69%
<b>Journalist</b>	10%
<b>Professionel aktør</b>	7%
<b>Internetbots</b>	6%
<b>Politiker/parti</b>	5%
<b>Mediet selv</b>	2%

<i>Twitter Opslag med nyhedslinks</i>	<b>Antal</b>	<b>Andel</b>
<b>Privat aktør</b>	590	49%
<b>Mediet selv</b>	279	23%
<b>Internetbots</b>	184	15%
<b>Professionel aktør</b>	58	5%
<b>Journalist</b>	55	5%
<b>Politiker/parti</b>	36	3%

Kendt person	1%
--------------	----

Kendt person	6	0,5%
--------------	---	------

## Udlændinge

I debatten om udlændinge på den åbne del af de sociale medier er det privataktører, der deler den største andel af redaktionelle links. Dog skal dette igen ses i lyset af, at privataktører fylder 76% af hele debatten, når det både gælder indlæg med og uden links. Medierne selv står for 27% af de delte links, mens politikere har delt 11%. Som i det overordnede billede på tværs af alle tre emner, fremgår det, at medier og politikere/partier i en større andel af deres indlæg i debatten deler links til redaktionelle medier end privataktører gør. Journalister fylder derimod 6% af hele debatten, men deler kun 3% af de delte links.

Udlændinge Alle opslag m/u nyhedslinks	Andel i debatten
Privat aktør	76%
Politiker/parti	8%
Journalist	6%
Mediet selv	5%
Professionel aktør	3%
Internetbots	2%
Kendt person	0%

Udlændinge Opslag med nyhedslinks	Antal	Andel
Privat aktør	318	49%
Mediet selv	173	27%
Politiker/parti	73	11%
Internetbots	36	6%
Professionel aktør	27	4%
Journalist	21	3%
Kendt person	3	0,5%

Mediernes delinger af egne artikler fremhæver ofte et citat fra artiklen, eller stiller et spørgsmål, der kan få folk til at engagere sig i indholdet. Privataktører viser med delinger af artikler deres opbakning til politikere, og de tilkendegiver deres holdninger til indholdet af de redaktionelle links de deler. Der deles også artikler mere neutralt, hvor der ikke følger en personlig kommentar, men hvor indlægget blot er en gengivelse af overskriften. Det gælder f.eks. historien om at en ansat på et asylcenter blev sigtet for overgreb på seks drenge.

Desuden har det også mere neutral karakter at retweete journalister og professionelle aktørers tweets, hvilket private aktører ofte gør. Eksempelvis er politisk reporter på Jyllands-Posten Steen A. Jørgensens tweet om Medborgerskabsundersøgelsen og Tænk tanken DEAs tweet om højtuddannede indvandreres høje skattebetaling blevet retweetet meget af privataktører.

Mange partier og politikere deler redaktionelle artikler, der direkte handler om dem selv eller deres politiske resultater. I uge 46 var Dansk Folkeparti og dets medlemmer eksempelvis meget aktive i deres delinger af redaktionelle links, hvilket formentlig skyldes de mange fordelagtige artikler, der blev skrevet om udlændingestrømninger i Finansloven. Dansk Folkepartis indlæg med deling af artiklen *Finansloven kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde* (jyllands-Posten.dk, 18.11.18) blev delt videre 176 gange. Nye Borgerlige delte ligeledes Pernille Vermunds debatindlæg *Bezzerwisserne og deres elitære selvfedme* (ekstrabladet.dk, 20.11.16), mens Alternativet delte Rasmus Nordqvists debatindlæg *Flere flygter fra klima end fra krig* (tv2.dk, 15.11.16).

Politikere og partier deler ikke kun redaktionelt indhold om eller af dem selv, men også redaktionelt indhold, der støtter deres argumenter generelt. Således var Enhedslisten, Socialistisk Folkeparti og det Radikale Venstre og deres medlemmer aktive i delingerne af artikler om Medborgerskabsundersøgelsen, der viste at nydanskere i lige så høj grad som



"Nydanskere er lige så glade for demokratiet som etniske danskere, viser ny rapport #dkpoi"

Deling af artiklen "Ny rapport: Nydanskere er lige så glade for demokratiet som etniske danskere" (Jyllands-Posten.dk)

Steen A. Jørgensen  
16. nov. 2016



"Enig med DF i, at der er brug for flere udlændingestrømninger? Del gerne! #f117"

Deling af artiklen: "Finansloven kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde" (Jyllands-Posten.dk)

Dansk Folkeparti  
18. nov. 2016



"De, der betaler prisen, er den boligsøgende, der må se boligen tildelt migranter, den arbejdsløse, der ser arbejdspladsen flytte til udlandet, ofret for ureglerlige grupperes vold og hærgen, og det er det arbejdende folk, der plukkes i skatter og afgifter, for at forsøge uintegrerbare udlændinge på overførselsindkomst."  
Læs partiformand Pernille Vermunds debatindlæg i EB.

Deling af artiklen: "Bezzerwisserne og deres elitære selvfedme" (Ekstrabladet.dk)

Nye Borgerlige  
20. nov. 2016

danskere ønsker demokrati. Omvendt delte Dansk Folkeparti og dets medlemmer en række forskellige artikler fra det indvandrerkritiske medie Den Korte Avis.

## Skat

I debatten om skat på den åbne del af de sociale medier, er privataktører den gruppe, der har delt den største andel af de redaktionelle links (38%) Næstefter er medierne selv med 33%. Bortset fra, at kategorien 'andet' ligger over politiker/parti-gruppen i skattedebatten, er rangeringen af aktørgrupperne præcis den samme som i udlændingebatten.

Skat Alle opslag m/u nyhedslinks	Andel i debatten
Privat aktør	77%
Politiker/parti	7%
Journalist	7%
Professionel aktør	3%
Mediet selv	3%
Internetbots	3%
Kendt person	0%

Skat Opslag med nyhedslinks	Antal	Andel
Privat aktør	385	38%
Mediet selv	335	33%
Internetbots	108	11%
Politiker/parti	96	10%
Journalist	42	4%
Professionel aktør	39	4%
Kendt person	3	0,3%

Private aktører deler relativt færre redaktionelle links om skat (38%) end om udlændinge (49%), trods andelen af privataktører i begge debatter er ens (76% og 77%). Dette kan skyldes at de redaktionelle mediers dækning af udlændinge i højere grad appellerer til privataktørers debatlyst, end dækningen af skat. Ikke desto mindre indeholder privataktørers delinger af redaktionelle links om skat naturligt både opbakning og kritik af skatteaftaler, finansloven og den nye regering.

Eftersom de private aktører deler en mindre del af de redaktionelle links om skat end om udlændinge, er det i højere grad medierne selv og de forskellige bots, der står for delingerne af redaktionelt indhold om skat. Dette er naturligt for de mange annonceringer af ny lovgivning. Eksempelvis delte botten PolitikNyt nyheden om, at regeringen sammen med sine tre støttepartier, samt Socialdemokratiet og De Radikale, indgik en aftale om en styrkelse af det danske skattevæsen. Af indlægget kan man desuden se, at det er produceret automatisk, da det indeholder artiklens overskrift og uden punktum går direkte til at gengive manchetten og derefter stopper midt i ordet 'kroner'.



"Som østjyde er jeg oprigtig glad for Finansloven for 2017."

Deling af artiklen: "Udvidelsen af motorvej E45 er i hus" (Jyllands-Posten.dk)

**Britt Bager**  
18. nov. 2016



"Partier afsætter syv milliarder til nyt skattevæsen Frem mod 2020 skal der investeres omkring syv milliarder krone..."

Deling af artiklen "Partier afsætter syv milliarder til nyt skattevæsen" (DR.dk)

**PolitikNyt [nyheds-bot]**  
16. nov. 2016

## Landsholdsdebat

I den sociale landsholdsdebatten er medierne selv den aktør, som deler den største andel af de redaktionelle links. Dette er en markant forskel fra de to politiske emner, hvor privataktører er dem, der deler den største andel af de redaktionelle links. Det kan måske skyldes, at færre mennesker indgår aktivt i den del af den åbne sociale debat om landsholdet. Dog fremgår det, at den største gruppe generelt (med og uden links) er private aktører (59%), hvilket ikke er så meget lavere end den åbne sociale debat om skat og udlændinge (hhv. 76 og 77%).

Dette vidner nærmere om, at private aktører i højere grad blot giver deres holdning til kende uden at basere det på, eller relatere det til, et nyhedslink om landsholdet, end de gør i de to politiske debatter.



"Hvem synes du var bedst, da Danmark fredag aften vandt med 4-1 over Kasakhstan?"

Deling af artiklen: "En spiller skilte sig ud i dansk sejr" (Jyllands-Posten.dk)

**Jyllands-Posten**  
12. nov. 2016

offentlige

I landsholdsdebatten, såvel som i de to politiske debatter, søger medierne ofte at skabe debat om indholdet af artiklerne, ved i indlæggene at stille spørgsmål til befolkningen.

<i>Landsholdet</i> <i>Alle opslag m/u</i> <i>nyhedslinks</i>	<b>Andel i</b> <b>debatten</b>
<b>Privat aktør</b>	59%
<b>Journalist</b>	18%
<b>Professionel aktør</b>	15%
<b>Internetbots</b>	4%
<b>Mediet selv</b>	2%
<b>Kendt person</b>	1%
<b>Politiker/parti</b>	0%

<i>Landsholdet</i> <i>Opslag med nyhedslinks</i>	<b>Antal</b>	<b>Andel</b>
<b>Mediet selv</b>	102	44%
<b>Privat aktør</b>	65	28%
<b>Internetbots</b>	40	17%
<b>Professionel aktør</b>	20	9%
<b>Kendt person</b>	4	2%
<b>Journalist</b>	3	1%



# Kapitel 4: Hvor meget af trafikken på redaktionelle medier kommer fra sociale medier?

- For alle nyheder i uge 46, uafhængigt af emne, er andelen af direkte sidevisninger fra et socialt medie cirka 14%. De øvrige ca. 86% kommer ind fra søgemaskiner (f.eks. Google), fra en anden artikel på samme nyhedssite, fra nyhedsforsiden eller en sektionsforside (f.eks. tv2.dk eller sport.tv2.dk), fra eksterne websites eller fra det såkaldte "dark social" (email, apps og Instant Messaging mv.).
- Samlet for de tre emner kommer i alt cirka 9% af alle sidevisninger til nyheder direkte fra et socialt medie. De tre emner i fokus i denne analyse skaffer således en væsentligt lavere andel klik fra sociale medier end det er tilfældet for det generelle nyhedsstof. Samlet set er det mindre end hver tiende artikel i denne analyse, hvor læseren er kommet direkte fra et socialt medie. Den resterende del af sidevisningerne må nyhedsmedierne skabe gennem andre kilder, samt fra loyalitet hos læserne. Dette tal må forventes at være i stigning, men dette er ikke undersøgt i denne analyse.
- Når læseren kommer direkte fra et socialt medie, hedder dette medie Facebook i 95% af tilfældene. I de resterende godt 5% af tilfældene kommer læseren fra Twitter. Alle øvrige sociale medier står for blot ca. 0,1% af det samlede antal sidevisninger direkte fra et socialt medie, herunder kommer trafik primært fra LinkedIn.
- Statistisk viser der sig en klar sammenhæng mellem antallet af interaktioner på sociale medier og antallet af sidevisninger, som kommer direkte fra sociale medier.

## Metoden i dette kapitel

I dette kapitel undersøges, hvilke nyheder under de tre emner, som bliver læst på otte danske nyhedssider: b.dk, bt.dk, ekstrabladet.dk, finans.dk, jyllands-posten.dk, politiken.dk og tv2.dk (inkl. undersites, f.eks. business.dk).

Data er indsamlet via Infomedias partner, Chartbeat, som er et real-time redaktionsværktøj. DR.dk er ikke kunde hos Chartbeat og deres data fremgår derfor ikke i dette kapitel. API-metoden har nødvendiggjort, at data er blevet indsamlet ved hvert femte minut hver dag hele ugen at downloade en live-liste over de 100 mest læste artikler på hvert af de omfattede nyhedssites. Herefter er læsertallene for hver enkelt artikel, herunder antal læsere direkte fra SoMe, lagt sammen, og der er udregnet forholdstal. API-værktøjet har en begrænsning på 100 artikler, hvilket givetvis har udeladt en del observationer omkring læsertal for de mindre læste artikler. På tværs af alle artikler hvert femte minut i en hel uge er der dog tilstrækkeligt med data til at foretage de generelle konklusioner, som er målet for denne analyse.

Al data i dette kapitel er anonymiseret og generaliseret. Dette er gjort efter aftale med Chartbeat og Chartbeats kunder, fordi specifik data omkring læsertal mv. for medierne kan være forretningsfølsomme oplysninger.

Måleenheden i dette kapitel er sidevisninger. Enheden er valgt, fordi det var den, der bedst kunne kobles til øvrig trafikdata, f.eks. hvor mange sidevisninger kommer fra mobil, Facebook eller internt fra nyhedssitet.

Data er blevet indsamlet via en API, som hvert femte minut har høstet læsnings-data for hver af de 100 artikler på hvert af de omfattede nyhedssites. Herfra er data blevet aggregeret og der er foretaget udregninger for de artikler, som emnemæssigt er omfattet af analysen.

Kapitlet baserer sig på i alt **816 artikler** ud af de i alt 1.094 artikler, som var at finde i kapitel 1. Tallet er lavere, primært fordi artikler fra dr.dk ikke er med i dette kapitel. Dertil er der nogle artikler, som på intet tidspunkt i uge 46 har været at finde på listen over de 100 mest læste artikler på deres respektive nyhedssite, og som derfor indgår i data-indsamlingen.

## Top 10 over sager med højeste andel af sidevisninger fra et socialt medie (FB, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, etc.)

#	Sag	Andel af samlet læsning	Andel af emnets sidevisninger, som kommer direkte fra sociale medier
1	Finanslovsaftale	22%	8%
2	Ny regering	26%	6%
3	Sænket reg.afgift	15%	9%
4	Eliten vs. Folket	3%	33%
5	PSO-aftale	8%	8%
6	Nye ejendomsvurd.	6%	9%
7	Uber-dom	5%	9%
8	Kontanthjælpsloft	2%	23%
9	Nyt skattekort	2%	14%
10	Kr. Jensen åbner for øget indvandring fra Afrika	2%	10%

## Afsnit i dette kapitel:

- Hvor stor en del af nyhedstrafikken kommer fra sociale medier?
- Hvor stor en del af den indkomne trafik forbliver på nyhedssitet?
- Hvilke sociale medier genererer mest trafik?
- Hvilke konkrete historier får mest trafik fra sociale medier?
- Fra hvilke devices kommer trafikken?

## Hvor stor en del af nyhedstrafikken kommer fra sociale medier?

På tværs af de tre emner kommer omkring 9% af sidevisninger direkte fra sociale medier. Dette er væsentligt mindre end andelen af sidevisninger fra sociale medier for emner, der ikke begrænser sig til et af de tre udvalgte emner. Her er det 14% af alle sidevisninger af nyhedsartikler, som kommer direkte fra et socialt medie. Samlet er det altså et sted mellem hver syvende og hver tiende artikel-læsning, som kommer direkte fra et socialt medie.

Det interessante er så, om læsere, der kommer ind via sociale medier, som umiddelbart forventet, er mere eller mindre tilbøjelige end andre typer læsere til at blive hængende og læse flere artikler på nyhedssitet. Det er i indværende data ikke muligt at teste denne hypotese fuldt ud, idet observationerne på grund af indsamlingsmetoden er foretaget på artikel-niveau frem for bruger-niveau. Vi ved med andre ord alt om hver enkelt artikel (sidevisninger, direkte trafik fra facebook, andelen som klikker videre til næste artikel, mv.). Men vi kan ikke følge den enkelte læsers adfærd fra én artikel til den næste. Denne hypotese kunne med fordel efterprøves nærmere i fremtidige studier.

	<b>Andel af sidevisninger, som kommer fra et socialt medie</b>
<b>Alle tre emner</b>	<b>8,9%</b>
- Udlændinge	12,1%
- Skat	7,9%
- Landsholdet <sup>6</sup>	4,4%
<b>Alle artikler i uge 46 (ikke kun de tre emner)</b>	<b>14%</b>

Andelen af trafik fra sociale medier er højest under emnet udlændinge. Her kommer cirka 12% af alle sidevisninger direkte fra nyhedslinks på de sociale medier. Dette kan tænkes at hænge sammen med den stærkt ladede debat om udlændinge, der, som vi så i kapitel 2, handlede om, hvilke nyheder, der havde flest sociale interaktioner. Her var udlændinge kendetegnet ved, at flere debatindlæg var med helt i top over artikler med flest sociale interaktioner. Denne sammenhæng vil blive undersøgt grundigt i kapitel fem.

<sup>6</sup> NB: Chartbeat data for landsholdet omfatter datoerne søndag den 13. november fra kl. 16.30 til og med søndag den 20. november kl. 23.59. Chartbeat data omfatter således ikke landskampen mod Kasakhstan fredag den 11. november. Dette skyldes det tekniske setup bag crawlingen af Chartbeat-data, som for at begrænse de allerede enorme datamængder, var sat op til at køre fra og med søndag eftermiddag, dvs. dagen før uge 46 begyndte. Da uge 46 var gået, viste det sig dog, at både den redaktionelle og sociale aktivitet omkring landsholdet døde fuldstændigt hen en dags tid efter testkampen mod Tjekkiet tirsdag den 15. november i Parken. For at få mere data på spørgsmål 1, 2 og 3 blev det derfor besluttet at forskyde dato-intervallet, så det i landsholdets tilfælde var den tekniske uge med datoerne torsdag den 10. til og med onsdag den 16. november 2016, i stedet for præcis uge 46 2016. Dette valg har som sagt givet markant mere data at analysere på i kapitlerne 1, 2 og 3. Desværre har det ikke været muligt bagudrettet at genskabe Chartbeat-data for landsholdet fra dagene 10. november til og med søndag den 13. november før kl. 16.30. Mængden af Chartbeat-data, som 'smides væk' fra dagene 17. til og med 20. november er stærkt begrænset i og med, at der stort set hverken er blevet skrevet om eller læst om landsholdet i disse dage. Samlet er det derfor blevet vurderet, at valget om at forskyde ugen for landsholdets vedkommende har givet flere fordele end ulemper.

Skat har en væsentligt lavere andel af sidevisninger fra sociale medier end udlændinge. Ved artikler om skat er det kun cirka 8% af alle sidevisninger, som kommer fra sociale medier. Dette kan skyldes flere ting. For det første var uge 46 en uge med meget store skattepolitiske begivenheder, hvilket tilsvarende gav relativt mindre opmærksomhed til andre politiske områder og debatter, herunder udlændinge. I perioder med store politiske begivenheder er det sandsynligt, at folk har en tendens til at gå direkte ind på nyhedssidernes forside for at følge den seneste udvikling i sagen. Det har ikke været muligt at undersøge denne hypotese nærmere i indeværende datasæt. For det andet kan skats lavere andel af trafik fra sociale medier skyldes, at skat som fordelingspolitisk emne i mindre grad end udlændinge vækker stærke følelser, som får folk til at klikke på de delte nyhedslinks. Som det fremgik af kapitel 1, var der mere end dobbelt så meget dækning af skat som der var af udlændinge. Udlændinge som emne kan altså på grund af følelsesfaktoren tænkes, at være markant mere effektiv til, at lokke folk til at klikke på artiklen.

I artikler om landsholdet er andelen af sidevisninger direkte fra sociale medier markant lavere end hos de to politiske emner. Landsholdet er et emne, der er mere begrænset i sin målgruppe end udlændinge og skat, som er emner, der vedrører en større andel af befolkningen. Derfor kan man forestille sig, at delinger af artikler om landsholdet generelt interesserer færre mennesker end de to andre emner gør, og derfor ser man altså, at en langt mindre andel af trafikken på redaktionelle mediers onlinedækning af landsholdet, er skabt på sociale medier.

## Hvor stor en del af den indkomne trafik forbliver på nyhedssitet?

På tværs af alle tre emner kommer ca. 21% af alle sidevisninger direkte fra andre artikler på samme nyhedssite. Herudover har det i denne analyse ikke været muligt præcist at sætte tal på, hvor stor en andel af sidevisningerne, der kommer fra hhv. søgemaskiner, fra såkaldt "dark social" (email, apps og Instant Messaging mv.), fra andre typer eksterne hjemmesider, samt hvor meget der kommer internt fra forsiden eller sektionforsider mv. Et løst estimat<sup>7</sup> er, at ud over de 21% som kommer direkte fra en anden artikelside, kommer mellem 30% og 50% internt fra forside/sektionsfor side, mens resten kommer ind på artiklerne via søgemaskiner og "dark social". I fremtidig research kan det anbefales at se endnu nærmere på disse trafiktal.

Andelen af trafik, som kommer direkte fra en anden nyhedsside, er relativt ens på tværs af de tre emner. Landsholdet er dog det emne, hvor den største andel af den indkomne trafik forbliver på nyhedssitet, mens udlændinge er det emne, hvor den laveste andel forbliver. Dette kan hænge omvendt sammen med andelen af sidevisninger, som kommer fra sociale medier. Således er udlændinge netop det emne, hvor den største andel af trafikken (12%) kommer fra sociale medier og det emne, hvor den laveste andel forbliver (19%) (se tabel i forrige afsnit). Omvendt er det med landsholdet, som er det emne, hvor færrest sidevisninger kommer fra sociale medier, men samtidig det emne, hvor flest klikker sig videre til artikel nummer to.

Denne hypotese er blevet testet statistisk og viser sig positiv og signifikant<sup>8</sup>. Når antallet af sociale interaktioner for en artikel stiger, stiger også antallet af sidevisninger, som kommer fra sociale medier. Dette resultat er interessant, fordi det viser, at opmærksomheden for en artikel på sociale medier er direkte med til at få flere til at klikke sig ind på den. Denne sammenhæng vil blive undersøgt yderligere i kapitel 5.

---

<sup>7</sup> Sidstnævnte andel har ikke været mulig at estimere nøjagtigt i indeværende analyse. Estimatet er foretaget ved at sammenligne historisk trafik-data på emnemæssigt sammenlignelige web-sektioner (fodbold, politik), hvoraf nogle men ikke alle, er blandt de syv medier, som danner analysegrundlaget i dette kapitel. Der bør derfor tages væsentlige forbehold i forhold til nøjagtigheden af dette estimat.

<sup>8</sup> Den statistiske test er foretaget som en simpel regression på i alt 718 artikler som både havde interaktionsdata (kapitel 2) og læsningsdata (kapitel 4). Det absolutte antal interaktioner er X i modellen, og det absolutte antal sidevisninger fra et socialt medie er Y i modellen. Regressionstesten viste en signifikant positiv sammenhæng på +1,07. Dette vil sige, at når antallet af sociale interaktioner stiger med én, så stiger antallet af sidevisninger direkte fra sociale medier i gennemsnit med 1,07.

	Andel af sidevisninger, som kommer direkte fra anden artikel
De tre emner samlet	21%
Udlændinge	20%
Skat	22%
Landsholdet <sup>6</sup>	23%

## Hvilke sociale medier genererer mest trafik?

Facebook er uden tvivl det sociale medie, som genererer mest trafik fra sociale medier over til redaktionelle medier. Facebook står således for 95% af alle 100 sidevisninger, som kommer direkte fra et socialt medie. De resterende godt 5% kommer så godt som alle sammen fra Twitter. Dette er et markant resultat. Lige som i kapitel 2 har Facebooks store volumen altså stor betydning for sammenhængen mellem de redaktionelle og de sociale medier. LinkedIn skaber en smule trafik, dog kun i artikler om skat. Der er ikke identificeret trafik genereret af andre sociale medier.

	Facebook	Twitter	LinkedIn
De tre emner samlet	95,0%	4,9%	0,1%
Udlændinge	94,2%	5,8%	> 0,05%
Skat	94,2%	5,6%	0,2%
Landsholdet <sup>6</sup>	96,3%	3,6%	> 0,05%

## Hvilke konkrete historier får mest trafik fra sociale medier?

Listen nedenfor viser de 50 artikler inden for alle tre emner, som har fået de højeste antal sidevisninger direkte fra sociale medier.

Som det fremgår, er skatteemnet relativt godt repræsenteret blandt de historier, der har fået mest trafik fra sociale medier. Især fylder stofområdet Økonomi/Erhverv særdeles godt op med hele 10 artikler på top 50, hvilket skal sammenlignes med blot én artikel på top 50 over artikler med flest sociale interaktioner. 5 af de 10 skattemhistorier under Økonomi/Erhverv kan i øvrigt kategoriseres under sub-genren 'news you can use' med konkrete privatøkonomiske emner og gode råd til, hvordan man blandt andet udfylder skattekortet. På trods af den lave andel interaktioner er denne slags nyheder således klart noget, der kan få folk til at klikke sig ind på et nyhedslink fra et socialt medie.

#	Artikel (samlet for udlændinge, skat og landsholdet)	Emne	Stofområde
1	Debat: Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet	Udlændinge	Debat
2	850.000 pendlere i farezonen for ny fradragsslussing	Skat	Økonomi/Erhverv
3	I morgen bør 4,9 mio. danskere tjekke deres skattekort	Skat	Økonomi/Erhverv
4	Rockwool Fonden: Enlige forsørgere kan leve rimeligt på kontanthjælp	Udlændinge	Indland
5	Dit nye skattekort gemmer på en skattelettelse	Skat	Økonomi/Erhverv
6	Langballe: Blå blok forhandler om at sænke registreringsafgiften	Skat	Politik
7	'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet	Skat	Debat
8	Ansatte i oprør: Staten har hugget tre af vores fridage	Skat	Indland
9	Fangede det rette øjeblik i Danmark: Skaber overskrifter hos mediegianter	Udlændinge	Udland
10	Ny fidus: Tjen penge på at spare op hos Skat	Skat	Økonomi/Erhverv
11	Uber-chauffør: »Jeg ved godt, det er ulovligt, men jeg bliver nødt til at gøre det«	Skat	Indland
12	Pas på: Populær julegave udløser regning fra Skat	Skat	Økonomi/Erhverv
13	Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten	Skat	Politik
14	De blå partier er enige om næste års finanslov	Skat	Politik
15	»Et stort flertal af vælgerne har gennemskuet, at man kan stemme sig til andre folks penge. Og det er et problem«	Skat	Politik
16	Står frem for første gang: Vermund og mangemillionær stormende forelskede – sagde farvel til konen gennem 30 år	Udlændinge	Underholdning
17	Ny politiuddannelse skal uddanne betjente på seks måneder	Udlændinge	Politik
18	Undgå skattesmæk - nu kommer din forskudsopgørelse	Skat	Økonomi/Erhverv
19	Forhandler: Så meget billigere bliver en familiebil	Skat	Politik
20	Kørselsfradraget sendt ned igen igen	Skat	Politik
21	Registreringsafgiften sænkes med 250 millioner kroner	Skat	Politik
22	Langballe: Løkke kan være på vej ud af politik	Skat	Politik
23	Dansk Uber-chauffør tjente kæmpe-beløb: 'Det er rystende tal' (bt.dk)	Skat	Indland
24	LA bøjer af på ultimativt krav om topskattelettelse: »Det er en ny situation«	Skat	Politik
25	Mens Løkke vakler: Venstres topfolk hvisker i krogene om hans afløser	Skat	Politik
26	Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde	Udlændinge	Politik
27	Efter Løkkes bombe: Her er eksperternes bud på de nye ministre - og disse sværvægtene får kniven	Udlændinge	Politik
28	Danmarks største udfordring: Vi transformerer på industriel vis børnekroppe til lydige medarbejderborgere	Skat	Politik
29	Mor var inde at handle: Mand snuppede barnevogn med sovende baby	Udlændinge	Indland
30	Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'	Udlændinge	Debat
31	Tre familiefædres billige rengøringsfirma breder sig	Skat	Økonomi/Erhverv
32	Nyt forsømt it-system koster skatteydere 340 mio. kr.	Skat	Politik
33	Ecco intensiverer jagten på kinesiske kopimagere	Skat	Økonomi/Erhverv
34	Ny it-skandale i det offentlige: Landets største it-selskab tjener stort på forskning	Skat	Økonomi/Erhverv
35	Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?	Udlændinge	Indland
36	Her er Samuelens nye søde ministerliv	Skat	Politik
37	Dansk Uber-chauffør tjente kæmpe-beløb: »Det er rystende tal« (b.dk)	Skat	Indland
38	Engell: Samuelen får et kæmpe forklaringsproblem	Skat	Politik
39	Registreringsafgiften på biler sænkes igen i finansloven	Skat	Politik
40	Det betyder finansloven for dig: Billigere biler, flere betjente og nye udlændingestramninger	Skat+Udlændinge	Politik
41	Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem	Udlændinge	Indland
42	TV 2 erfarer: Blå partier enige om finanslov - biler bliver billigere	Skat	Politik
43	Blå finanslov lige på trapperne: Udsigt til billigere biler	Skat	Politik
44	Løkke inviterer to ud af tre støttepartier med i regering	Skat	Politik
45	Her er blå bloks to veje til billigere biler til Anders Samuelen	Skat	Politik
46	Efter Løkkes regerings-bombe: Pape og Samuelen på vej i regering - men her er den helt store vinder	Skat	Debat
47	Risikerer surt skattesmæk: 4,9 mio. danskere bør tjekke skattekortet	Skat	Økonomi/Erhverv
48	TV 2 erfarer: Din elregning bliver mindre til gengæld stiger skatten	Skat	Politik
49	Storebæltstrokovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk	Skat	Debat
50	Uber-chauffør kørte 580.000 kroner ind på ét år	Skat	Indland

## Udlændinge

De historier om udlændinge der genererer suverænt flest klik fra sociale medier, er af meget forskellig type. Den artikel der har skabt mest trafik, med dobbelt så meget som den næste, er debatindlægget *Debat: Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.16) af rektor ved Rungsted Gymnasium Mogens Hansen. Som Mogens Hansen selv gør opmærksom på, er det et politisk ukorrekt budskab. Måske fordi debatindlægget er kontroversielt og modsiger den gængse diskurs, er det det, der skaber langt mest trafik fra sociale medier.

Den næstmest sociale trafik-generator er artiklen *Rockwool Fonden: Enlige forsørgere kan leve rimeligt på kontanthjælp* (b.dk, 15.11.16). Denne type artikel står relativt alene på listen, derved at nyhedspræmissen baserer sig på forskningsresultater.

Den tredje mest trafik-skabende historie er ekstrabladet.dk's artikel om den internationale opmærksomhed, som er tilfaldet den dansk-islandske fotostuderende Ólafur Steinar Gestsson. Hans fotografi viser en muslimsk kvinde alene i en sportshal ved siden af en forsamling af danskere (*Fangede det rette øjeblik i Danmark: Skaber overskrifter hos mediegiganter*, 17.11.16). Artiklen er en af de få redaktionelle artikler, der refererer til internationalt indhold i uge 46.



Ekstrabladet.dk's historie om de mange millioner mennesker, der har set Arian Kashefs video, der er et socialt eksperiment om tillid til muslimer (*Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?*, 16.11.16), er desuden en af de historier, der har genereret mest trafik. Igen viser denne historie sig at rumme elementer, der virker selvforstærkende i samspillet mellem redaktionelle og sociale medier. En relativt billig produceret artikel om et fænomen på de sociale medier er blandt de artikler, som får mest omtale på sociale medier, og samtidig blandt de historier, der får allerflest til at klikke på den og se videoen. Det bidrager yderligere til hypotesen om de selvforstærkende tendenser, at der højt på top 50 også er andre historier, som handler om, hvad der sker på de sociale medier: Historierne om Københavns Politis undskyldning for deres 'uheldige' tweet om sigøjnere og om den muslimske teenagepiges hyldest af terroristen Omar El-Hussein på Facebook.

## Skat

Modsat udlændinge minder de tre mest trafikskabende artikler om skat om hinanden. Den, der skabte mest trafik, er *850.000 pendlere i farezonen for ny fradragsslussing* (finans.dk, 15.11.16). Dernæst: *Tirsdag bør 4,9 mio. danskere tjekke deres skattekort* (finans.dk, 14.11.16), og den tredje mest trafikskabende er *Dit nye skattekort gemmer på en skattelettelse* (finans.dk, 15.11.16). Alle tre handler konkret om borgernes privatøkonomi, og taler direkte til 'pendlere', 'danskere' og 'dig'. Ligeledes er de historier, der skaber syvende og niende mest trafik af finans.dk med overskrifterne *Ny fidus: Tjen penge på at spare op hos Skat* (18.11.16) og *Pas på: Populær julegave udløser regning fra Skat* (17.11.16). Historier der handler om, hvordan man konkret kan få flere penge eller undgå at miste penge. Kort sagt: News you can use.

Blandt de mest trafikskabende artikler er desuden mere politiske og samfundsrelevante artikler om skat. Herunder blå bloks forhandlinger om sænkelse af registreringsafgiften, krisemøde med Claus Hjort Frederiksen(V) om statslige arbejdsgiveres inddragelse af fridage, aftale om at hæve bundskatten til at finansiere afskaffelsen af PSO-bidraget, samt aftalen om Finansloven 2017.

Den artikel, der har skabt femte mest trafik, er ekstrabladet.dk's historie om den sociale hån mod Anders Samuelsen(LA) på de sociale medier, fordi han valgte at droppe kravet om skattelettelser til fordel for at indgå i forhandlinger om ny regering (*'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet*, 19.11.16). Dette er også et eksempel på, at artikler om hvad der sker på de sociale medier, er gode til at få folk ind på nyhedssitet fra netop de sociale medier.

## Landsholdet<sup>6</sup>

Den landsholdsartikel med flest sidevisninger fra sociale medier handler om landsholdets fire første VM-kampe og spillernes flotte placeringer på forskellige individuelle rangeringer (*Imponerende tal: Her er danskerne blandt VM-kvalifikationens bedste*, sport.tv2.dk, 14.11.16).

Generelt handler de mest trafikskabende landsholdshistorier om karakterer til og vurderinger af landsholdsspillerne efter landskampene og om de seks afbud til landskampene grundet diverse småskader. Desuden genererede historien om landstræner Åge Hareide, der 'tændte af' på den danske sportspresse til et pressemøde forud for Tjekkiet-kampen, også en del trafik.

Endelig skaber forskellige historier om enkelte landsholdsspillere meget trafik. Artiklen *Fejrede mesterskab med nøgenbillede: Sådan vil han markere landsholdsdebut* (sport.tv2.dk, 14.11.16) handlede om Christian Gytkjærs sejrsmoment, hvor han poserede nøgen på Instagram, efter at have vundet det norske mesterskab. Artiklen *Arven efter Jon Dahl: - Lad ham for guds skyld spille dårlige kampe* (sport.tv2.dk, 15.11.16) handlede om Kasper Dolbergs landsholdsdebut i Kasakhstan-kampen. Begge artikler indeholder referencer til sociale medier.

## Fra hvilke devices kommer trafikken?

Mere end halvdelen af trafikken kommer fra computere, mens omkring en tredjedel kommer fra mobiltelefoner og kun 14% kommer fra tablets. Fordelingen er nærmest ens på tværs af de tre emner.

	PC	Mobil	Tablet
<b>De tre emner samlet</b>	52%	34%	14%
<b>Udlændinge</b>	56%	31%	14%
<b>Skat</b>	51%	35%	14%
<b>Landsholdet<sup>6</sup></b>	55%	33%	12%

## Kapitel 5: Hvornår er de mest læste artikler også de mest spredte - og omvendt?

- De helt store politiske begivenheder i uge 46 fylder meget i alle faser af kredsløbsmodellen (redaktionel dækning - social spredning - social debat – socialt genereret trafik). Finanslovsaftalen, VLAK-annonceringen samt PSO-aftalen rangerede alle højt, i forhold til hhv. at blive dækket meget i pressen, at blive spredt meget på de sociale medier, at blive diskuteret meget på de sociale medier, samt at trække mange læsere ind fra de sociale medier. Det betød omvendt, at medierne over en bred kam sandsynligvis er gået glip af det trafikmæssige potentiale i sager såsom f.eks. Uber-dommen.
- Herudover er der stor forskel på hvilke sager, der opnår hhv. meget mediedækning, social spredning, social omtale og højt in-flow fra sociale medier. Samlet set kan sagerne inddeles i følgende seks kategorier:
  1. Sagen er stor i alle dele af kredsløbet
  2. Sagen er meget dækket, men generer hverken social debat eller trafik fra sociale medier
  3. Sagen er meget delt, men skaffer ikke trafik
  4. Sagen fylder meget på de åbne sociale medier, men ellers ikke
  5. Sagen bliver læst, men ikke delt
  6. Sagen er lille i medierne, men har social aktivitet og stort socialt in-flow
- Den mest læste enkelthistorie er *Står frem for første gang: Vermund og mangemillionær stormende forelskede - sagde farvel til konen gennem 30 år* (bt.dk, 16.11.2016), om partileder Pernille Vermund fra Nye Borgerlige og hendes forhold til kendis-millionæren Lars Tvede. Historien er en blandt flere under stofområderne *Underholdning* eller *Kriminalstof*, som er meget læst, men meget lidt delt på de sociale medier.
- Den artikel, som har trukket flest sidevisninger ind fra de sociale medier er kronikken *Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.2016). Denne artikel rangerer meget højt på alle parametre, både som mest delte, mest læste og den med størst in-flow fra sociale medier. Den skarpe holdning og klare rubrik er faldet godt ind i den verserende debat om eliten versus folket, som herskede i ugen efter Trumps overraskende valgsejr. Kronikken adskiller sig markant fra meget andet debatstof, såsom f.eks. ekstrabladet.dk's artikler på baggrund af kommentarer på *Nationen*. Disse artikler opnår også høj social interaktion, men formår aldrig at generere det store in-flow af trafik fra de sociale medier – sandsynligvis fordi det er meget nemt, at forstå nyheden og have en klar og del-bar holdning, uden nødvendigvis at behøve at læse artiklen først. Eksempler på denne type debatstof er f.eks. *Storebæltbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (ekstrabladet.dk, 18.11.2016), *Millioner har set danske Arians video: Tør du kramme en muslim?* (ekstrabladet.dk, 16.11.2016) og *Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det* (ekstrabladet.dk, 16.11.2016).

### Afsnit i dette kapitel:

- Hvilke sager cirkulerer i hele kredsløbet, og hvilke gør ikke?
- Figur: Top 10-sagernes sociale kredsløb
- Bliver de mest læste artikler også delt mest?
- Er de mest delte artikler også dem, som skabe størst in-flow på nyhedssiderne fra sociale medier?

### Metoden i dette kapitel

I dette kapitel undersøges først sagernes flow igennem kredsløbsmodellen. Dette gøres ved at samle de fire Twitter-lyseblå bokse med top 10-sager, som i hvert kapitel har stået ved siden af denne Facebook-blå metode-boks.

Dernæst sammenlignes de konkrete artikler, som har opnået hhv. størst interaktion, flest artikelvisninger og flest artikelvisninger direkte fra de sociale medier.

Dette gøres ved at sammenligne artiklernes rangering på en skala over alle identificerede artikler. Rangerings-metoden er især valgt, fordi dette er den eneste måde, vi har mulighed for at vise Chartbeat-resultater uden at bryde med aftalen om kun at vise generaliseret og anonymiseret data.



## Hvilke sager cirkulerer i hele kredsløbet, og hvilke gør ikke?

I figuren nedenfor er anført top 10-sagerne fra den lyseblå boks i begyndelsen af hvert kapitel. Samlet viser figuren, om de sager som er mest dækket af pressen i uge 46, også er dem som har fået flest interaktioner på de sociale medier, om det også er de sager, som fylder mest i den åbne debat på Twitter og Facebook, samt om det også er disse sager, som får flest folk til at klikke på nyhedslinket for at læse mere om sagen. Se nærmere i figur 1 og 2 nedenfor.

Sagerne kan herudfra inddeles i seks brede kategorier:

- 1. Sagen er stor i alle dele af kredsløbet.** Denne type sager omfatter de helt store politiske begivenheder i uge 46, som fylder meget i alle faser af kredsløbsmodellen. Her er der således overensstemmelse mellem den redaktionelle prioritering af sagerne, og den opmærksomhed sagerne får på de sociale medier.

De store politiske begivenheder i uge 46 var naturligvis finanslovsaftalen, VLAk-annonceringen samt PSO-aftalen, som alle rangerer højt på listen over hhv. mest dækkede, størst spredning, mest omdiskuterede emne på sociale medier, samt bedst til at generere artikel-kliks fra de sociale medier. PSO-aftalen trak dog primært læsere ind fra sociale medier på de af artiklerne, som var vinklet på hævelse af bundskatten snarere end afskaffelse af PSO-afgiften, f.eks. *Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten* (ekstrabladet.dk, 17.11.2016) (Politisk stof: #12 mest delte; #5 mest læste; #7 flest kliks fra sociale medier).

Overordnet kan det således konkluderes, at de redaktionelle mediers dækning og høje prioritering af det politiske stof har været fint i sync med den brede befolkning i forhold til såvel både den sociale debat og folks tilbøjelighed til at klikke på de delte nyheder for at læse mere om den seneste udvikling. Omvendt betød den høje prioritering også, at medierne over en bred kam sandsynligvis har ikke udnyttet det trafikmæssige potentiale fuldt ud i sager såsom f.eks. Uber-dommen, der havde høj placering i forhold til både antallet af sociale interaktioner og antallet af læsere, som kommer ind via sociale medier.
- 2. Sagen er meget dækket, men generer hverken social debat eller trafik fra sociale medier.** Nogle sager, herunder flere sager om landsholdet, fyldte meget i pressen, uden dog af den grund at skabe voldsom social spredning, debat eller trafik. Dette er ikke nødvendigvis udtryk for, at sagerne er blevet overprioriteret af redaktørerne og journalisterne ude på nyhedsmedierne. Det betyder blot, at denne type sager ikke har været specielt delt eller kommenteret på de sociale medier – i landsholdets tilfælde sandsynligvis fordi det er nemt at forholde sig til spillernes præstationer på sin lukkede profil uden nødvendigvis at koble det til konkrete artikler eller diskutere det på åbne Facebook-grupper eller Twitter. Det skal dog pointeres, at læsnings-data fra kapitel 4 for landsholdet er begrænset i forhold til emnerne udlændinge og skat (se \* i figur 1 og 2 nedenfor samt fodnote 6 i kapitel 4). Langt de fleste landsholdsartikler kategoriseret som Sport-stof, og enkelte er Debatstof (ledere og debatindlæg).
- 3. Sagen er meget delt, men skaffer ikke trafik.** Andre sager, især udlændingesagerne 'Kram en muslim', 'Imam-udtalelse på Fyn' og 'Muslimer i Svømmehaller' medførte megen aktivitet på de sociale medier (delinger, kommentarer og likes/angry faces), men fik aldrig for alvor folk til at klikke på artikel-linkene. En umiddelbar årsag til dette kan være, at alle sagerne er båret af overskrifter, som er nemme at forstå, dele og have en klar holdning til, uden at man nødvendigvis behøver at læse dem. Som det fremgår af et senere afsnit, er der en del debatstof blandt denne type sager, dog primært debatstof af karakteren "referat af sociale medier". Klassisk debatstof synes at passe bedre i type 6 nedenfor.
- 4. Sagen fylder meget på de åbne sociale medier, men ellers ikke.** Nogle typer af sager var primært store på Twitter og den åbne del af Facebook, herunder især 'Medborgerundersøgelsen', der viste at indvandrere er lige så begejstrede for demokrati som etniske danskere, 'Øget indsats mod skattely, Øget støtte til NGO'er' samt 'Nyt skattevæsen (7 mia. til genopretning)'. Alle sager var store på Twitter og havde en relativt stor andel politikere og professionelle aktører. Forsøgene på at tale sagerne op og påvirke meningsdannelsen forløb således uden, at sagerne for alvor fik skabt yderligere medieomtale, øget folkelig aktivitet på de sociale medier eller trukket læsere ind fra de sociale medier. Af figur 2 fremgår desuden, at Politisk stof er relativt over-repræsenteret i debatten på åbne sociale medier (56% af alle artikel-delinger på åbne profiler) i forhold til mængden af artikler (39%), social spredning (44%) og trafik fra SoMe (39%).
- 5. Sagen bliver læst, men ikke delt.** Flere af sagerne på top 10 over flest sidevisninger fra sociale medier bliver båret af klare 'news you can use'-artikler og vinkler på de aktuelle begivenheder, ofte under stofområdet

"økonomi/erhverv". Disse sager opnår alle relativt mange sidevisninger fra sociale medier uden dog at blive delt særlig meget. Disse typer sager er f.eks. 'Sænket registreringsafgift', 'Nye skattekort' samt '[Aftale om] Nye ejendomsvurderinger'. Fælles for disse er, at de mest læste artikler typisk er vinklet på, hvad det betyder for den enkelte læser, med overskrifter såsom f.eks. *Det betyder finansloven for dig: Billigere biler...* (tv2.dk, 18.11.2016) og *I morgen bør 4,9 mio. danskere tjekke deres skattekort* (finans.dk, 14.11.2016).

6. **Sagen er lille i medierne, men har social aktivitet og stort socialt in-flow.** Sjette type af sager er dem, som opnår mange interaktioner på sociale medier og et relativt højt in-flow af trafik fra sociale medier, men som samtidig rangerer lavt på listen over de mest dækkede sager i de redaktionelle medier. Disse sager omfatter f.eks. *'Eliten versus folket'*, en debat som kørte på anden uge efter Trumps overraskende præsidentsejr ugen forinden, og som journalisterne nok var ved at være trætte af, *'Uber-dommen'* samt daværende *'udenrigsminister Kristian Jensens udtalelse'* om, at han er åben for, at Europa øger, hvad han kalder "intelligent immigration" til Europa. Havde medierne haft mindre redaktionelt fokus på de helt store politiske begivenheder, havde de nok i højere grad haft kapacitet til at udnytte den sociale virak om disse emner til at skrive flere vinkler på det og skabe endnu højere socialt in-flow. Ud fra en redaktionel logik ville denne type af sager sandsynligvis kunne kategoriseres som 'missed opportunities', idet man ved større redaktionelt fokus sandsynligvis i endnu højere grad ville kunne have udnyttet den høje sociale konvertering fra social spredning til in-flow fra sociale medier.

På de to næste sider fremgår top 10 sagernes relative placering i de kredsløbsmodellens fire dele (figur 1), samt stofområdernes relative andel i de kredsløbsmodellens fire dele (figur 2).

Figur 1: Top 10 sagernes sociale kredsløb

**REDAKTIONELLE MEDIER:**

De 10 største mediesager i uge 46 (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Ny regering
2	Finanslov
3	PSO-aftale
4	Sænket registreringsafgift
5	Nye ejendomsvurderinger
6	Afbud til DK-Tjekkiet *
7	Dolberg-debut *
8	Hareide-udtalelse
9	Optakt: DK-Kasakhstan *
10	Nyt skattevæsen (7 mia.)

\* I denne sag har det ikke været muligt at tracke samtlige artikler i forhold in-flowet fra sociale medier. Se fodnote 6 i kapitel 4.

**SPREDNING PÅ SOCIALE MEDIER:**

Top 10 mediesager med flest sociale interaktioner (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Finanslov
2	Ny regering
3	PSO-aftale
4	Eliten vs. Folket
5	Uber-dom
6	Kram en muslim
7	Imam-udtalelse på Fyn
8	Kr. Jensen åbner for øget indvandring fra Afrika
9	Svømmehaller (ifm. udlændinge)
10	Nye ejendomsvurderinger

**DEBATTER PÅ ÅBNE SOCIALE MEDIER:**

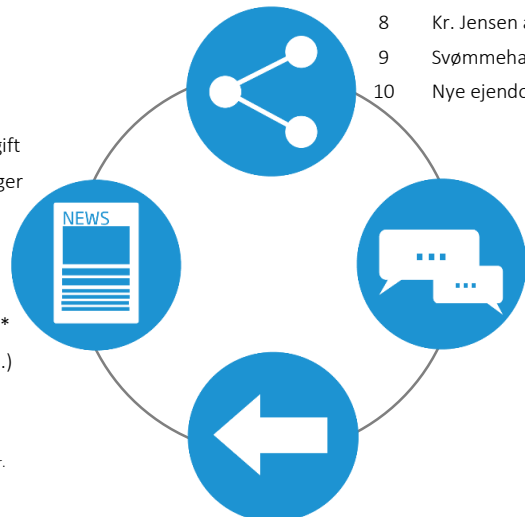
Top 10 mest omdiskuterede sager på offentligt tilgængelige sociale medie profiler (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Ny regering
2	Sænket registreringsafgift
3	Finanslov
4	Nyt skattevæsen (7 mia.)
5	PSO
6	Øget indsats mod skattely
7	Uber-dom
8	DK-Tjekkiet - under kampen
9	Øget privat NGO-støtte
10	Medborgerundersøgelse

**TRAFIK FRA SOCIALE MEDIER:**

Top 10 mest sager med højest antal sidevisninger fra SoMe (FB, Twitter, Instagram, Youtube, LinkedIn, etc.; de tre emner samlet)

#	Sag
1	Finanslovsaftale
2	Ny regering
3	Sænket registreringsafgift
4	Eliten vs. Folket
5	PSO-aftale
6	Nye ejendomsvurdering
7	Uber-dom
8	Kontanthjælpsloft
9	Nyt skattekort
10	Kr. Jensen åbner for øget indvandring fra Afrika



Figur 2: Stofområdernes sociale kredsløb

**REDAKTIONELLE MEDIER:**

Stofområdernes andel af artikler (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Politik (39%)
2	Sport (24%)
3	Debat (12%)
4	Indland (10%)
5	Økonomi/erhverv (8%)
6	Kriminalstof (5%)
7	Udland (2%)
8	Andet (1%)
9	Kultur (0,5%)
10	Underholdning (0,1%)
11	Livsstil (0,1%)

**SPREDNING PÅ SOCIALE MEDIER:**

Stofområdernes andel af sociale interaktioner (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Politik (44%)
2	Debat (27%)
3	Indland (13%)
4	Kriminalstof (5%)
5	Sport (4%)
6	Økonomi/erhverv (4%)
7	Udland (1%)
8	Andet (1%)
9	Underholdning (0,3%)
10	Kultur (0,3%)
11	Livsstil (>0,1%)

**DEBATTER PÅ ÅBNE SOCIALE MEDIER:**

Stofområdernes andel af artikel-delinger på offentligt tilgængelige sociale medie profiler (de tre emner samlet)

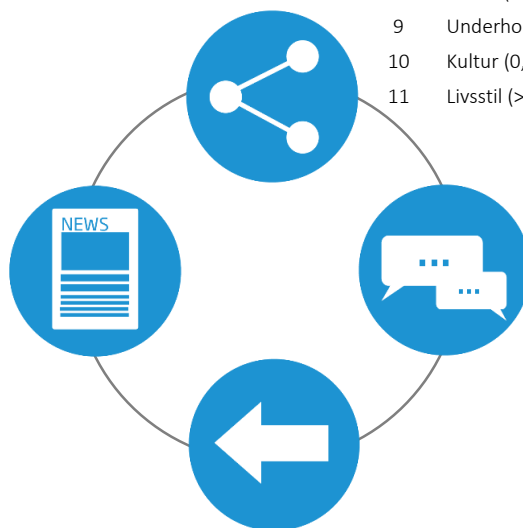
#	Sag
1	Politik (56%)
2	Indland (15%)
3	Økonomi/erhverv (12%)
4	Sport (8%)
5	Debat (5%)
6	Kriminalstof (2%)
7	Andet (1%)
8	Udland (1%)
9	Underholdning (>0,1%)
10	Kultur (>0,1%)
11	Livsstil (>0,1%)

**TRAFIK FRA SOCIALE MEDIER:**

Stofområdernes andel af sidevisninger direkte fra SoMe (de tre emner samlet)

#	Sag
1	Politik (39%)
2	Debat (23%)
3	Indland (16%)
4	Økonomi/erhverv (11%)
5	Kriminalstof (3%)
6	Sport (3%)*
7	Andet (2%)
8	Underholdning (2%)
9	Udland (1%)
10	Kultur (>0,1%)
11	Livsstil (>0,1%)

\* For artiklerne om Landsholdet (langt de fleste er under stofområdet Sport) gælder, at trafik-data ikke omfatter nøjagtigt samme periode som de øvrige stofområder. Sport-stoffets relative andel af læsninger i uge 46 (kapitel 4) kan derfor ikke sammenlignes med fx andelen af artikler (kapitel 1), andel af interaktioner (kapitel 2) eller andel af artikel-delinger (kapitel 3). Se fodnote 6 i kapitel 4.



## Bliver de mest læste artikler også delt mest?

Dette afsnit ser på, om de mest læste artikler også er de artikler, som får flest interaktioner på de sociale medier (herefter kaldet "mest delt"). Grundlæggende falder svaret i to kategorier. Nogle af de mest læste artikler bliver også meget delt. Andre bliver ikke delt specielt meget i forhold til, hvor højt de rangerer på læsnings-listen.

Blandt de konkrete artikler som både bliver læst og delt mest, falder de fleste ind under stofområdet *Politik*, samt enkelte under stofområdet *Debat*. Fælles for artiklerne er, at de er relativt nemme at forstå og have en holdning til.

Omvendt er der blandt listen over meget læste, men ikke særligt delte artikler mange, som falder under stofområderne Underholdning, Kriminalstof, Økonomi/Erhverv, samt de mere komplicerede Politiske nyheder.

Mest læste artikler (De tre emner samlet)	Placering - sidevisninger	Placering – interaktion på SoMe	Stofområde
<i>Står frem for første gang: Vermund og mangemillionær stormende forelskede...</i>	1	71	Underholdning
<i>Fangede det rette øjeblik i Danmark: Skaber overskrifter hos mediegiganter</i>	2	55	Indland
<i>'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet</i>	3	13	Debat
<i>Debat: Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet</i>	4	3	Debat
<i>Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten</i>	5	12	Politik
<i>Langballe: Blå blok forhandler om at sænke registreringsafgiften</i>	6	16	Politik
<i>Kæmpe rokade på vej: Frygt over Venstre</i>	7	203	Politik
<i>Dansk Uber-chauffør tjente kæmpe-beløb: 'Det er rystende tal'</i>	8	32	Indland
<i>Efter Løkkes bombe: Her er eksperternes bud på de nye ministre - disse sværvægttere får kniven</i>	9	108	Politik
<i>Løkke inviterer to ud af tre støttepartier med i regering</i>	10	61	Politik
<i>'Han har et forklaringsproblem på størrelse med Rådhusårnet'</i>	11	65	Politik
<i>Efter Løkkes regerings-bombe: Pape og Samuelsen på vej i regering - men her er den store vinder</i>	12	162	Politik
<i>Uber-chauffør kørte 580.000 kroner ind på ét år</i>	13	47	Indland
<i>Mor var inde at handle: Mand snuppede barnevogn med sovende baby</i>	14	38	Kriminalstof
<i>TV 2 erfarer: Blå partier enige om finanslov - biler bliver billigere</i>	15	34	Politik
<i>Ansatte i oprør: Staten har hugget tre af vores fridage</i>	16	18	Indland
<i>Her er Samuelsens nye søde ministerliv</i>	17	15	Politik
<i>Rockwool Fonden: Enlige forsørgere kan leve rimeligt på kontanthjælp</i>	18	543	Indland
<i>Løkkes bombe: Vi skal have en trekløver-regering</i>	19	51	Politik
<i>Din bil bliver billigere, ældreplejen forbedres og din grundskyld fastfryses</i>	20	30	Politik
<i>Det betyder finansloven for dig: Billigere biler, flere betjente og nye udlændingestram...</i>	21	39	Politik
<i>Forhandler: Så meget billigere bliver en familiebil</i>	22	69	Politik
<i>TV 2 erfarer: Din elregning bliver mindre til gengæld stiger skatten</i>	23	33	Politik
<i>850.000 pendlere i farezonen for ny fradragslissing</i>	24	106	Erhverv/økonomi
<i>I morgen bør 4,9 mio. danskere tjekke deres skattekort</i>	25	103	Erhverv/økonomi
<i>Undgå skattesmæk - nu kommer din forskudsoppgørelse</i>	26	93	Erhverv/økonomi
<i>- Hvem gider køre fulde folk hjem, hvis ikke det er for at tjene penge?</i>	27	123	Indland
<i>Drengbande i retten: Plagede Netto-butik med tyverier</i>	28	128	Kriminalstof
<i>Dumpekarakter til målscoreren</i>	29	288	Sport
<i>Ny it-skandale i det offentlige: Landets største it-selskab tjener stort på forsinkelser</i>	30	79	Indland
<i>Langballe: Løkke kan være på vej ud af politik</i>	31	78	Politik
<i>Risikerer surt skattesmæk: 4,9 mio. danskere bør tjekke skattekortet</i>	32	112	Erhverv/økonomi
<i>Finansloven er på plads</i>	33	192	Politik
<i>Anders Fogh om Løkkes bombe: Det skal gå stærkt!</i>	34	81	Politik
<i>Statsansatte raser: I har hugget tre fridage</i>	35	107	Indland
<i>»Et stort flertal af vælgerne har gennemskuet, at man kan stemme sig til andre folks penge... «</i>	36	22	Politik
<i>Vermund sender stikpille til Samuelsen Ekstra Bladet</i>	37	50	Politik
<i>Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem</i>	38	4	Debat
<i>Registreringsafgiften sænkes med 250 millioner kroner</i>	39	36	Politik
<i>Mens Løkke vakler: Venstres topfolk hvisker i krogene om hans afløser</i>	40	99	Politik

<i>Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'</i>	41	6	Debat
<i>Pige om sin hyldest til terroristen Omar: - Jeg har dummet mig</i>	42	167	Kriminalstof
<i>16-årig pige om terror: Omar er en helt</i>	43	126	Kriminalstof
<i>To kvinder sigtes for seksuelle overgreb på flygtningedrenge</i>	44	98	Indland
<i>Thulesen Dahl om udsigten til Samuelsen og Pape i regering: - Underligt</i>	45	70	Politik
<i>Medie: PSO-farvel skal finansieres med bundskat og grøn check</i>	46	23	Politik
<i>Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk</i>	47	1	Debat
<i>De raser over ny aftale: Hul i hovedet at lade skatten stige</i>	48	10	Debat
<i>De blå partier er enige om næste års finanslov</i>	49	11	Politik
<i>Efter kritik: Københavns Politi undskylder uheldigt tweet</i>	50	139	Indland

## Artikler, der både er blandt de mest læste og mest delte

Hovedparten af de konkrete artikler, som både er mest læst og mest delt, falder ind under stofområdet *Politik*. Gode eksempler på dette er *Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten* (ekstrabladet.dk, 17.11.2016) og *Langballe: Blå blok forhandler om at sænke registreringsafgiften* (tv2.dk, 14.11.2016), som begge er blandt de mest læste og mest delte. Fælles for disse er, at de på en gang er nemme at forstå, men samtidig ikke afslører alle detaljer i overskriften. For den interesserede er der mulighed for både at læse mere om hævnningen af bundskatten og sænkningen af registreringsafgiften.

Dertil er nogle af de tidligere omtalte artikler fra sub-genrer under debatstoffet, som her kaldes 'Referat af social debat', herunder f.eks. *'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet* (ekstrabladet.dk, 17.11.2016). Det er dog også værd at bemærke, at det ikke er alle af de meget delte 'Referat af social debat'-artikler, som også rangerer højt på antallet af sidevisninger. Dette gælder for de artikler, som er skrevet på baggrund af en dagsorden, der ikke er helt så højaktuel, som debatten om Anders Samuelsen's (LA) ministerbiler var under annonceringen af, at LA var på vej ind i den ny borgerlige regering. De konkrete artikler er *Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem* (ekstrabladet.dk, 16.11.2016), *Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'* (bt.dk, 17.11.2016) og *Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (ekstrabladet.dk, 18.11.2016).

Et sidste godt eksempel på en artikel med både mange sidevisninger og delinger er den allerede meget nævnte kronik *Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.2016). Bortset fra denne ene, er der ikke andre klassiske debat-artikler (kronik, leder, læserbrev) blandt de 50 mest læste artikler i denne analyse.

## Artikler, der er meget læst men ikke delt

På ovenstående top 50-liste over de mest læste artikler er der også en del artikler, som godt nok er meget læst, men som ikke har fået tilsvarende stor opmærksomhed på de sociale medier. Dette gælder eksempelvis Underholdnings-artiklen *Står frem for første gang: Vermund og mangemillionær stormende forelskede...* (bt.dk, 16.11.2016), som nærmer sig decideret sladderstof (#1 mest læste; #71 mest delte). Forklaringen bag den markante forskel på antallet af læsninger og delinger for denne artikel, ligger sandsynligvis i, at folk, der læser artiklen enten ikke finder det relevant for andre at læse om, eller at de ikke har lyst til at skilte med, at de læser den slags artikler. Endelig kan den manglende lyst til at dele og kommentere på artiklen skyldes, at det ikke umiddelbart er nemt at have en holdning for eller imod, eller på anden måde formulere en kort og klar social kommentar til artiklen.

Andre artikler i samme situation er f.eks. kriminalstof-artiklen *Drengbande i retten: Plagede Netto-butik med tyverier* (ekstrabladet.dk, 14.11.2016) (#28 mest læste; #128 mest delte), der ligesom andet kriminalstof rangerer højt på læsninger, men ikke på delinger. Det kunne tyde på, at kriminalstof ikke er det mest oplagte emne for medierne til at skabe social opmærksomhed i form af delinger, kommentarer og likes mv.

En tredje type artikel, som er meget læst men ikke delt, er indlands-artiklen *Rockwool Fonden: Enlige forsørgere kan leve rimeligt på kontanthjælp* (b.dk, 15.11.2016) (#18 mest læst; #543 mest delte – ifølge De Virale Nyheder ikke en eneste interaktion på Facebook). Denne artikel er unik på listen over mest læste, idet den baserer sig på en

forskningsrapport, hvor resultaterne kun omstændeligt lader sig forklare, hvilket blot gør det endnu sværere selv at knytte en klar kommentar til debatten om artiklen. Budskabet kan dog tænkes at have provokeret mange til at klikke på artiklen. Umiddelbart ser det ud til, at mere komplicerede artikler trods skarpe rubrikker kan have svært ved at omdanne sig fra høj grad af læsning til høj grad af interaktion på sociale medier.

Kompleksiteten bag nyheden kan også tænkes at være forklaringen bag det relativt lave antal delinger af de ellers meget læste politiske artikler om *Finansloven er på plads* (tv2.dk, 18.11.2016) (#33 mest læste; #192 mest delte) og *Kæmpe rokade på vej: Frygt over Venstre* (ekstrabladet.dk, 19.11.2016) (#7 mest læste; #203 mest delte). Overskriften viser tydeligt, at noget er på spil og at det kan være værd at læse om. Selve indholdet i de nævnte artikler kan dog være svært at forstå og dermed også svært at have en klar holdning til, endsige finde det relevant at dele det med andre på de sociale medier.

En sidste gruppe af artikler med høj grad af læsning, men lav grad af deling, er de meget konkrete 'news you can use'-artikler under stofområdet *Økonomi/Erhverv*. Her er det muligt, at den enkelte læser selv synes det er interessant, men ikke nødvendigvis finder det relevant at dele med andre eller diskutere det på de sociale medier. Gode eksempler er *850.000 pendlere i farezonen for ny fradragsslussing* (finans.dk, 15.11.2016) (#24 mest læste; #106 mest delte) samt *I morgen bør 4,9 mio. danskere tjekke deres skattekort* (finans.dk, 14.11.2016) (#25 mest læste; #103 mest delte).

## Er de mest delte artikler også dem, som skaber størst in-flow på nyhedssiderne fra sociale medier?

Dette afsnit ser på, om de artikler der har flest sociale interaktioner, er de samme som dem, der genererer mest trafik ind på nyhedssiderne fra de sociale medier. Igen falder svaret i to kategorier. For nogle artikler er der høj grad af sammenhæng, for andre er der ingen.

### *Meget delte artikler, som skaber højt in-flow fra sociale medier*

Den enkeltartikel, som har trukket flest sidevisninger ind fra de sociale medier, er kronikken *Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.2016). Denne artikel rangerer meget højt på alle parametre, både som mest delte, mest læste og den med størst in-flow fra sociale medier. Den skarpe holdning og klare rubrik er faldet godt ind i den aktuelle debat om eliten versus folket, som herskede i ugen efter Trumps overraskende valgsejr i det amerikanske præsidentvalg. Artiklen er dog unik i denne sammenhæng. Bortset fra denne ene debat-artikel er der ikke andre i nedenstående top 50 over flest sociale interaktioner, som ligger tilsvarende i top på listen over in-flow fra sociale medier. Debat-interviewet *Kyniske politikere lyver og bilder folk ind at verden kan rullens baglæns* (b.dk, 19.11.2016) med EU-forsker Malene Wind, som langt hen ad vejen har det samme budskab som ovennævnte kronik, ligger trods en høj social interaktionsrate (#26) meget lavt på både antal klik fra et socialt medie (#409) og på listen over mest læste i det hele taget (#551). Skarpskåret debatstof om eliten versus folket er således ingenlunde lig med høj konverteringsrate fra meget delt til meget læst.

Andre artikler, hvor højt antal delinger også er lig med højt antal klik fra sociale medier, er de førnævnte politiske nyheder, hvor overskriften fortæller meget, men samtidig stadig åbner op for, at der kan være flere informationer at hente ved at klikke på linket. Gode eksempler er *De blå partier er enige om næste års finanslov* (jyllands-posten.dk, 18.11.2016) (#11 mest delte; #8 mest trafik fra SoMe), *Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten* (ekstrabladet.dk, 17.11.2016) (#12 mest delte; #7 mest trafik fra SoMe) og *'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet* (ekstrabladet.dk, 17.11.2016) (#13 mest delte; #4 mest trafik fra SoMe). Sidstnævnte ligger et sted mellem emnerne politik og debat, idet denne artikel er skrevet på baggrund af debatten på de sociale medier. Grunden hertil, er formentlig, at den modsat de mange andre eksempler på 'Referat af social debat', rammer ind i en højaktuel nyhed om LA's sandsynlige indtræden i en VLAK-regering.

## Meget delte artikler, som ikke skaber højt in-flow fra sociale medier

Artiklen om 'Audi-Anders' samt den føromtalt kronik *Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet* (politiken.dk, 14.11.2016) adskiller sig markant fra det meste øvrige debatstof på nedenstående liste – såsom f.eks. ekstrabladet.dk's artikler på baggrund af kommentarer på *Nationen*. Disse artikler opnår også høj social interaktion, men formår ikke at generere et tilsvarende in-flow af trafik fra de sociale medier. Årsagen er sandsynligvis, at det er meget nemt at forstå artiklerne og have en klar og del-bar holdning til dem uden nødvendigvis at behøve at læse artiklerne først. Eksempler på denne type debatstof er f.eks. *Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk* (ekstrabladet.dk, 18.11.2016), *Millioner har set danske Ariens video: Tør du kramme en muslim?* (ekstrabladet.dk, 16.11.2016) og *Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det* (ekstrabladet.dk, 16.11.2016).

Artikler med flest sidevisninger direkte fra et socialt medie (SoMe)	Placering – interaktioner på SoMe	Placering – trafik fra SoMe	Placering – sidevisninger	Stofområde
<i>Storebæltsbro skovler penge ind: Lars vil have broafgiften væk</i>	1	34	47	Debat
<i>Millioner har set danske Ariens video: Tør du kramme en muslim?</i>	2	22	73	Indland
<i>Debat: Det er ikke eliten, men folket, der har svigtet</i>	3	1	4	Debat
<i>Øv: 358 asylansøgere har droppet ansøgning og er rejst hjem</i>	4	26	38	Debat
<i>Klart at danskere ikke kan finde arbejde: 119.623 østarbejdere har taget det</i>	5	89	77	Debat
<i>Raser over svømmehallens arabiske skilte: 'Det er en glidebane!'</i>	6	21	41	Debat
<i>Finanslov kommer alle DF's syv udlændingekrav i møde</i>	7	31	127	Politik
<i>Samuelson bløder op på ultimativt krav: - Jeg tror, vi kan finde hinanden</i>	8	94	118	Politik
<i>DF går i flæsket på domstole</i>	9	82	91	Politik
<i>De raser over ny aftale: Hul i hovedet at lade skatten stige</i>	10	76	48	Debat
<i>De blå partier er enige om næste års finanslov</i>	11	8	49	Politik
<i>Regeringen indgår bred aftale: Hæver bundskatten</i>	12	7	5	Politik
<i>'Audi-Anders hejser det hvide flag': Nu bliver han hånet på nettet</i>	13	4	3	Politik
<i>Engell: Samuelson skrotter topskattekrav for ministerbil</i>	14	42	66	Politik
<i>Her er Samuelsons nye søde ministerliv</i>	15	24	17	Politik
<i>Langballe: Blå blok forhandler om at sænke registreringsafgiften</i>	16	5	6	Politik
<i>Ny politiuddannelse skal uddanne betjente på seks måneder</i>	17	13	59	Politik
<i>Ansatte i oprør: Staten har hugget tre af vores fridage</i>	18	3	16	Indland
<i>Udenrigsminister åbner for øget indvandring fra Afrika</i>	19	115	179	Politik
<i>Imam tiltalt: Kaldte jøder for børn af aber og svin</i>	20	104	63	Indland
<i>Samuelson om topskattekrav: Nu har vi en ny situation</i>	21	51	121	Politik
<i>»Et stort flertal af vælgerne har gennemskuet, at man kan stemme sig til andre folks ... «</i>	22	9	36	Politik
<i>Medie: PSO-farvel skal finansieres med bundskat og grøn check</i>	23	60	46	Politik
<i>Fakta: Finansloven bugner af udlændingestrømninger</i>	24	129	311	Politik
<i>Regeringens PSO-løsning vil ramme pensionisterne</i>	25	65	96	Politik
<i>Kyniske politikere lyver og bilder folk ind at verden kan rullens baglæns</i>	26	409	551	Debat
<i>Imam tiltalt for at kalde jøder for børn af aber og svin</i>	27	134	260	Indland
<i>Landsholdet vrimlede med FCK'ere: Derfor fungerede det</i>	28	410	703	Sport
<i>Danmarks største udfordring: Vi transformerer på industriel vis børnekroppe til lydige ...</i>	29	18	97	Debat
<i>Din bil bliver billigere, ældreplejen forbedres og din grundskyld fastfryses</i>	30	68	20	Politik
<i>Samuelson bliver drillet: Skal ministerbilen bruges til Uber-kørsel?</i>	31	70	144	Politik
<i>Dansk Uber-chauffør tjente kæmpe-beløb: 'Det er rystende tal'</i>	32	12	8	Indland
<i>TV 2 erfarer: Din elregning bliver mindre til gengæld stiger skatten</i>	33	81	23	Politik
<i>TV 2 erfarer: Blå partier enige om finanslov - biler bliver billigere</i>	34	43	15	Politik
<i>Udenrigsministeren åbner for øget indvandring fra Afrika</i>	35	120	157	Politik
<i>Registreringsafgiften sænkes med 250 millioner kroner</i>	36	19	39	Politik
<i>Bezzerswiserne og deres elitære selvfejde</i>	37	73	101	Debat
<i>Mor var inde at handle: Mand snuppede barnevogn med sovende baby</i>	38	20	14	Kriminalstof
<i>Det betyder finansloven for dig: Billigere biler, flere betjente og nye udlændingestrømninger</i>	39	39	21	Politik
<i>Statsansatte i oprør: Arbejdsgivere hugger vores fridage</i>	40	45	51	Indland
<i>Blogindlæg: Forestil dig Joachim B. Olsen som beskæftigelsesminister</i>	41	64	94	Debat
<i>»Det er blevet os, der kæmper for individets rettigheder«</i>	42	41	125	Politik
<i>S hiver gammelt forslag op af skuffen: Stop for familiesammenføring i ghettoer</i>	43	172	306	Politik
<i>Engell: Samuelson får et kæmpe forklaringsproblem</i>	44	28	53	Politik



<i>Toft: - Dansk fodbold er til grin</i>	45	101	192	Sport
<i>Mor og døtre lå gemt i kummefryser: I dag begrades Sherin, Linda og Randa</i>	46	90	151	Indland
<i>Uber-chauffør kørte 580.000 kroner ind på ét år</i>	47	36	13	Indland
<i>Debat: Statslige arbejdsgivere chikanerer de offentligt ansatte</i>	48	67	231	Debat
<i>»Nye Borgerlige er et parti med en dybde som en flad tallerken«</i>	49	50	171	Politik
<i>Vermund sender stikpille til Samuelsen</i>	50	85	37	Politik

# Kontakt

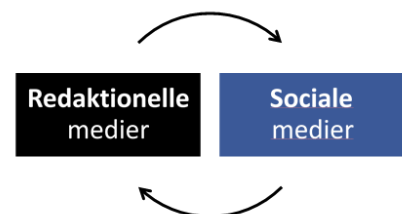
## Infomedia:

Lasse Skjoldan, Senior Advisor

[LS@infomedia.dk](mailto:LS@infomedia.dk)

28 24 35 16

@manquizzer



## Nyhedernes **social**e kredsløb

Analyse af nyhedernes flow fra redaktionelle medier over i sociale medier  
– og tilbage