

Bachelorprojekt 2024

# Det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv i folkeskolen

*En undersøgelse af opmærksomhedsøkonomiens implikationer for folkeskolens demokratiske dannelse*



Kilde: Aabenskole.kk.dk

*”Oplysning er menneskets udgang af dets selvforskyldte umyndighed.  
Umyndighed er manglen på evne til at bruge sin forstand uden en andens  
ledelse” – Kant, 1784*

**Navn:** Mads-Rumle Holmboe Schmidt (Laer200136)

**Afleveringsdato:** 27. maj 2024.

**Fag:** Samfundsfag

**Anslag:** 64.184 (24,7 sider)

**Vejledere:** Katrine Vinther Scheibel og Sten Tommy Larsen

## Indhold

Indledning .....	3
Afgrænsning.....	4
Empiri, teori og metode .....	4
Empiri.....	4
Teori .....	5
Metode .....	7
Redegørelse.....	8
Analysedel 1.0 – Selvbestemmelse .....	9
Analysedel 1.1 – Folkeskolen og samfundsfagets rolle.....	12
Analyse del 2.0 – Fake news og misinformation i informationsstrukturen .....	15
Analysedel 2.1 – Folkeskolen og samfundsfagets rolle .....	19
Analysedel 3.0 - Handlingsperspektiv .....	21
Kritik af læremidlet og Odensemodellen .....	24
Konklusion .....	25
Litteraturliste.....	26
Bilag:.....	28

## Indledning

I 1800-tallet skulle den danske folkeskole, danne folkeskolens elever til retskafne mennesker, i overensstemmelse med den evangelisk-kristelige lære. I 1975 blev det kristne og nationale værdigrundlag skiftet ud med demokrati og pluralisme (Kristensen, 2022). Internettet tog markedet med storm, i midten af 90'erne med intentionen om at udbrede demokrati og sandhed (Wellendorph, 2018, s.9). Internettet blev bl.a. hyldet for at være en gevinst for demokratiet, ytringsfriheden, fri viden og kontakten mellem mennesker (Wellendorph, 2018, s. 7). Der var kommet en ny dimension til menneskets udfoldelsesmuligheder – The World Wide Web. I forlængelse af internettet og den informationsrigdom det førte med sig, opstod der nye måder at tænke forretning på. Trods Google i 1990'erne havde svoret, de ikke ville tjene penge på reklamer, blev de i 2001, de første der tog den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel i brug. Det skulle vise sig at være en højst profitabel strategi. Googles indtægter steg med 3.590 procent mellem 2001 og 2004 (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 49). Forretningsmodellen baserer sig på menneskelige kognitive ressourcer, og har vist sig at være den mest potente og omsiggribende forretningsmodel, mennesket nogensinde har opfundet (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 48). Forskere mener, at forretningsmodellen kan have store konsekvenser for vores trivsel og personlige autonomi, og skaber gunstige kår for misinformation og fake news. I kraft af forretningsmodellen begyndte internettet, langsomt at have en kontraproduktiv effekt, i relation til intentionen om demokrati og sandhed. I Netflix dokumentaren 'The Social Dilemma'<sup>1</sup> bliver flere eksperter, og højtstående profiler indenfor tech-verden interviewet. Professor i socialpsykologi og filosofi Shoshanna Zuboff, argumenterer for at denne forretningsmodel må forbydes, da hun mener, at markedsstrukturen underminerer demokratiet og friheden i informationssfæren (Orlowski, 2020). Den danske forsker og forfatter Camilla Mehlsen, skriver provokerende i en nylig udgivet artikel på Folkeskolen.dk: ”*Mit budskab til børne- og undervisningsminister Mattias Tesfaye og skærmdebatten er: Det er ikke skærmene. It's the economy, stupid!*” (Mehlsen, 2024). Kunne det derfor tænkes, at det væsentligste problem i den digitale verden ikke er skærmene, men selve strukturerne og designet bag skærmen? Hvilken indflydelse har opmærksomhedsøkonomien på mennesket, samfundet og den demokratiske dannelse? Hvilken rolle kan uddannelsessystemet spille ift. at imødekomme de udfordringer og nye problemstillinger det fører med sig? Dette vil jeg undersøge gennem følgende **problemformulering**:

---

<sup>1</sup> Jeff Orlowski (2020. 9. september). *The Social Dilemma* (Dokumentar). Netflix.

*"På hvilke måder kan samfundsfaget bidrage til at imødekomme de implikationer, den digitale opmærksomhedsøkonomi kan have, for folkeskolens demokratiske dannelse?"*

**Afgrænsning:** Listen af de problemstillinger forretningsmodellen fører med sig, er lang. Ansigtsløs kommunikation, normer for digital adfærd, digitale forstyrrelse, trivsel mf. Forskere mener, at opmærksomhedsøkonomien påvirker demokratiske grundværdier såsom selvbestemmelse, kritisk tænkning og udfordrer den demokratiske samtale gennem forretningsmodellens gunstige forhold for misinformation og fake news (Hendricks & Mehlsen, 2021). Digital dannelse udgør et omfattende område, der involverer udviklingen af flere kompetencer som til stadighed diskuteres. Flere forskere appellerer til, at den digital dannelse skal integreres gennem hele skolesystemet (Hendricks & Mehlsen, 2018, s. 64), (Sejer, s. 11)). Jeg vil i denne opgave, undersøge hvordan den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel, kan påvirke folkeskolens demokratiske dannelsesopgave og derpå undersøge, hvordan oplysning om forretningsmodellen kan bidrage til folkeskolens og samfundsfagets formål, samtidig med at det er et konstruktivt bidrag, til den digitale dannelse og digitale myndiggørelse.

## Empiri, teori og metode

**Empiri:** Opgaven tager sit empiriske udgangspunkt i forskningslitteratur om opmærksomhedsøkonomi, demokrati, digital dannelse, myndiggørelse og overvågningskapitalisme. Jeg benytter mig særligt af Vincent F. Hendricks og Camilla Mehlsens' værker; *Sandhedsministeriet*<sup>2</sup>, *LIKE*<sup>3</sup>, og *Hvordan bliver vi digitalt dannede?*<sup>4</sup>, hvor forfatterne kritisk undersøger den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel og hvordan den skaber gode vilkår for fake news og misinformation, set i lyset af idealet om at bevare et sundt og fælles demokrati. Jeg benytter mig også af Mads Vestergaards' *Digital Totalitarisme*<sup>5</sup>, der som et slags advarsels-manifest, undersøger og kortlægger de mere og mere ulige digitale magtstrukturer, mellem platformsudbydere og platformsbrugere.

---

<sup>2</sup> Hendricks, V. & Mehlsen C. (2021). *Sandhedsministeriet*, Informations Forlag

<sup>3</sup> Hendricks, V. & Mehlsen C. (2019). *D.U.D.E - LIKE*, Center for Information og Boblestudier (CIBS)

<sup>4</sup> Hendricks, V. & Mehlsen C. (2018). *Hvordan bliver vi digitalt dannede?* Informations Forlag

<sup>5</sup> Vestergaard, M. (2019): *Digital Totalitarisme*. Informations Forlag

Forskningslitteraturen bliver i min opgave understøttet og suppleret af andet litteratur, fra nationale og internationale forskere, heriblandt professor i interaktionsdesign Ole Sejer Iversen, tech-etiker Tristan Harris, filosof Shoshanna Zuboff og virtual-reality skaberen Jaron Lanier.

Empirien udgøres ydermere af ”Folkeskolens formålsparagraffer”<sup>6</sup> og ”Samfundsfagets formålsbeskrivelse”<sup>7</sup> og ”Samfundsfagets undervisningsvejledning”<sup>8</sup>, som sættes i relation til opmærksomhedsøkonomiens implikationer for demokrati og dannelse i folkeskolen. Desuden inddrages didaktisk empiri, fra Anders Stig Christensens’ bog *Samfundsfagsdidaktik*<sup>9</sup>, som jeg benytter til at kontekstualisere den øvrige empiri, i didaktiske sammenhænge.

Jeg har også indsamlet empiri, gennem mit eget feltarbejde. Jeg har udført et kvalitativt interview med en folkeskolelærer i samfundsfag, hvor jeg fokuserede på at samle indsigter om folkeskolens position i en opmærksomhedsøkonomisk tidsalder, og hvilke måder samfundsfaget kan være med til at imødekomme dens udfordringer for folkeskolens dannelsesopgave.

**Teori:** Analysen vil blive foretaget, med udgangspunkt i den følgende teori;

**Immanuel Kant – Personlig myndighed:** I oplysningstiden formulerede Kant sine tanker om pædagogik i hans bog, af samme navn. Han skriver; ”*Oplysning er menneskets udgang af dets selvforskyldte umyndighed. Umyndighed er manglen på evne til at bruge sin forstand uden en andens ledelse (...)*” (Bogisch & Kornholt, 2014, s.111). Kant mente, at man skal opdrage til personlig myndighed gennem oplysning. Oplysningen skal kultivere mennesker, som kan agere ud fra sin egen forstand, uden ledelse eller manipulation fra eksterne parter. Denne evne kræver viden om samfundets indretning og problemstillinger (Bogisch & Kornholt, 2014, s. 112). Vejen til personlig myndighed er derfor oplysning. Kant så oplysning i et bredt perspektiv b.la. omhandlende evnen til kritisk vurdering af den information man modtager (Bogisch & Kornholt, 2014, s. 112).

**Wolfgang Klafki - kategorial dannelse:** Inspireret af Kants tanker, satte W. Klafki diskursen for det danske dannelsesfundament (Wellendorph, 2018, s. 15). Klafki formulerede *Den kategoriale dannelse* – to parallelle baner som gensidigt understøtter hinanden. På den ene side den materialedannelse som har fokus på undervisningens indhold, og den anden side, den formale dannelse som har fokus på elevens evner som, *problemløsning, tænkning og kritisk stillingtagen* mm.

---

<sup>6</sup> Børne- og undervisningsministeriet (2023, 15. november) *Folkeskolens formål*.

<sup>7</sup> Børne- og Undervisningsministeriet (2019), *Samfundsfag Fælles Mål 2019*

<sup>8</sup> Børne- og Undervisningsministeriet (2019), *Samfundsfag Undervisningsvejledning 2019*

<sup>9</sup> Christensen, A. S. (2021): *Samfundsfagsdidaktik*. Hans Reitzels Forlag

(Wellendorph, 2016, s. 15). Det er ifølge dette perspektiv, i elevens møde med indholdet, at eleven udvikler evner som understøtter en demokratisk dannelse. Klafkis grundtanke om dannelse er, at man må arbejde for at give eleverne selvbestemmelse, medbestemmelse og solidaritet for at bidrage til et humant og demokratisk samfund. Klafki forslår, at den kategoriale dannelse bl.a. tager sit udgangspunkt i 'Epoketypiske nøgleproblemer'. Epoketypiske nøgleproblemer er tidstypiske almengyldige emner, som anses for at være relevante for samtiden (Bogisch & Kornholt, 2014, s. 22). Klafki peger med et kosmopolitisk udgangspunkt på en række nøgleproblemer han mener, alle læreplaner, i alle skoler, i alle stater skal arbejde med. Ift. denne opgave er det relevant at fremhæve: "(...) *nyere tekniske styrings-, informations- og kommunikationsmedier (...)* (Bogisch & Kornholt, 2014, s. 23).

**Torben Spange Christensen - Odensemodellen<sup>10</sup>:** Klafkis tanker om den kategoriale dannelse, illustreres i en samfundsfaglig kontekst af didaktiker Torben Spange Christensen. "*Pointen med modellen er, at disse idealtyper af samfundsfag alle fire har spillet en rolle i fagets udvikling, og at de alle fire må være til stede i passende forhold, hvis der skal være tale om Kategorial samfundsfaglig dannelse.*" (Christensen, 2021, s. 16). Denne model vil lægge til grund for en undersøgelse, af konkrete handlingsforslags potentiale for kategorial samfundsfaglig dannelse.

**Isaiah Berlin - Positiv og negativ frihed:** Distinktionen mellem det positive og negative frihedsbegreb bliver særligt relevant i diskussionen om opmærksomhedsøkonomi, og brugerens mulighedsrum for at fravælge disse tjenester. Isaiah Berlin beskrev positiv frihed som muligheden og evne til at følge og udfylde sit potentiale, hvor negativ frihed er beskrevet som frihed fra tvang (Vestergaard, 2019, s. 141-143).

**Jürgen Habermas – Borgerlig offentlighed, Kommunikativ handlen:** I bogen *Borgerlig Offentlighed*<sup>11</sup>, formulerede Habermas sine tanker og teorier om den borgerlige offentlighed, som værende en central byggesten for demokratiet. Et rum hvor borgere frit og kritisk kan kommunikere over samfundets problemer. Kommunikationen må således foregå fri fra religiøse, økonomiske eller politiske magtmidler, med formålet om, at de bedste argumenter og ikke de stærkeste individer, vinder. Dette konkretiseres i hans teori om *den herredømmefri samtale* også kaldt *kommunikativ handlen* som er et demokratisk ideal, for den offentlige samtale.

---

<sup>10</sup> Model - Bilag 1

<sup>11</sup>Sørensen, J. G. (Redaktør) Branner, H. et al. (Forfattere). Forlaget Columbus  
<https://samfundsfag.dk/begreber/politik/demokrati-retssystem/borgerlig-offentlighed/>

Denne tilgang betinges af en fælles livsverden af erfaringer og viden, og en bestræbelse på sandfærdig og oprigtig kommunikation (Riis, 2017, s. 161). Disse idealer om demokratiet bliver særligt relevante i diskussionen om misinformation, og fake news' påvirkning på demokratiet og den demokratiske samtale.

**Metode:** Jeg vil i det følgende afsnit, redegøre for mit metodiske udgangspunkt i opgaven. Opgaven er bygget op, om et indledende og kort redegørende afsnit, fulgt af to analyseafsnit som behandler opgavens undersøgelse af opmærksomhedsekonomiens implikationer, for skolens demokratiske dannelsesopgave. Analysedel 1.0, belyser gennem den udvalgte forskningslitteratur, hvordan oplysningsidealet om personlig myndighed og selvbestemmelse, bliver udfordret af den opmærksomhedsekonomiske forretningsmodel. Denne analysedel rammesættes teoretisk, af Kant og Klafkis tanker herom. Analysedel 1.1, tager udgangspunkt i folkeskolens formålsparagraf, samfundsfagets formålsbeskrivelser og fagets undervisningsvejledning. Her analyserer jeg kvalitativt problemstillingens sammenhæng, med disse bestemmelser. Analysedel 2.0, undersøger opmærksomhedsekonomiens effekt på misinformation og fake news, og tager på samme vis udgangspunkt i forskningslitteraturen, som diskuteres med Habermas' ideal og tanker, om den borgerlige offentlighed og den herredømmefrie samtale. Analysedel 2.1, har samme afsæt som analysedel 1.1. Til sidst sammenfattes opgavens pointer, til et handlingsperspektiv i analysedel 3.0. Det indbefatter bl.a. en delvis oplysning om opmærksomhedsekonomi, som jeg kalder '*Det opmærksomhedsekonomiske perspektiv*'. Handlingsforslaget forholder sig til det, indtil videre, eneste læremiddel som behandler opmærksomhedsekonomi. Handlingsperspektivet forholder sig til det opmærksomhedsekonomiske perspektiv, integrations- og harmoniseringspotentiale med folkeskolens og samfundsfagets mål.

Jeg har udført et kvalitativt interview, med en folkeskolelærer i samfundsfag, på en skole i København. Jeg ønskede med dette interview, at indsamle indsigter fra lærerperspektivet, på den levede oplevelse af opmærksomhedsekonomiens implikationer for folkeskolen, i hverdagen. Senere i processen blev det klart, at interviewet med læreren blev relevant i et handlingsperspektiv for samfundsfaget, hvorfor indsigter herfra vil være benyttet relativt begrænset i opgaven.

Derudover har jeg udført et kvalitativt interview med to elever fra 9. klasse. Min intention var at medbringe et børne/ungdomsperspektiv på opgavens problemstilling. Grundet min påpasselighed ift. begrebsbrug og direktehed, gav mit interview mig mindre brugbare resultater, som jeg har valgt at udelade denne opgave.

Mht. afklaring af termer, vil der i opgaven blive vekslet, afhængig af kontekst, mellem beskrivelserne; techgiganterne, techplatformene og techvirksomhederne. Med disse menes primært Google, Youtube, Amazon, Meta (Facebook og Instagram), X og TikTok. Disse udgør de største og mest magtfulde virksomheder, der benytter sig af den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel.

**Redegørelse** - For at forstå techvirksomhedernes forretningsmodel, logikker og mekanismer, vil jeg kort redegøre for det centrale ved opmærksomhedsøkonomi.

**Overvågningskapitalismen og opmærksomhedsøkonomi:** Google var de første der tog den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel i brug i 2001, som siden har spredt sig til flere virksomheder. Shoshanna Zuboff satte med sin bog *Overvågningskapitalismens Tidsalder*<sup>12</sup> et stort fokus herom. Hun definerer bl.a. overvågningskapitalisme således: *"En ny økonomisk verdensorden, hvor menneskers tilværelse betragtes som råmateriale for hemmelige kommercielle metoder med henblik på indhentning, forudsigelse og salg"* (Zuboff, 2019, s. 5). Den økonomiske model i overvågningskapitalismen, er opmærksomhedsøkonomi. Men opmærksomhedsøkonomi er ældre end overvågningskapitalismen - Det startede allerede i 1971 da professor Herbert Simon formulerede forholdet mellem information og modtageren - Information bruger modtagerens opmærksomhed og modtagerens opmærksomhed bruger information (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 42). Det blev et par årtier senere techvirksomhedernes afsæt til den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel: *"Den hviler i al sin væsentlighed på at kapitalisere på vores opmærksomhed: vores adfærd online oversættes til adfærdsdata, der i aggregeret form sælges til virksomheder med henblik på at forudsige forskellige segmenters fremtidige adfærd og kortlægge mulighederne for at påvirke denne."* (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 48). Informationsproduktet på markedet, følger markedslogikken om udbud og efterspørgsel, hvor værdien anslås efter informationsproduktets evne til at generere engagement og trafik. Denne data analyseres, kurteres, segmenteres og videresælges, til interesserede annoncører. Denne proces, illustreres i Bilag 2<sup>13</sup>. I forretningsmodellen er forbrugeren produktet. Kunderne er bl.a. annoncørerne og andre interessenter, som køber eller lejer sig adgang til den data techplatformene, har om brugerne. Den amerikanske teknologietiker Tristan Harris, pointerer 3 hovedformål for techplatformene. 1: Engagement (Øge brugstiden på platformen) 2: Vækst (Fastholde brugeren og invitere flere til) 3: Reklamemålet (Tjen mest muligt på reklamer, mens

---

<sup>12</sup> Zuboff, S. (2019). *Overvågningskapitalismens Tidsalder*, Informations Forlag

<sup>13</sup> Model - Bilag 2



forrige to mål stimuleres)<sup>14</sup> (Jeff Orlowski, 2020). Dette er altså udgangspunktet for opmærksomhedsøkonomien i den overvågningskapitalistiske tidsalder.

## Analysedel 1.0 – Selvbestemmelse

I denne analysedel vil jeg undersøge, to primære årsager til at opmærksomhedsøkonomien udfordrer individets selvbestemmelse. Hendricks, Mehlsen og Vestergaard peger på, at techvirksomhedernes opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel, udfordrer selvbestemmelsen primært gennem to parametre: *Psykografisk profilering og adfærd- og afhængighedsdesign*.

”Vores digitale fodspor misbruges til manipulation, der undergraver selvbestemmelsen” skriver Mads Vestergaard i en artikel på EMU (Vestergaard, 2024). Selvbestemmelse er, ifølge Klafki, et centralt demokratisk dannelsesideal, med rødder tilbage fra oplysningsfilosofien og Kants’ tanker om oplysning og personlig myndighed. Derfor vil jeg undersøge, hvordan den digitale markedsstruktur udfordrer dette dannelses- og oplysningsideal.

Psykografisk profilering, er data om en persons aktiviteter, interesser, meninger/holdninger, værdier, livsstil og politisk overbevisning mm. Det er essensen i opmærksomhedsøkonomien, hvor data om brugerne samles, kurteres og segmenteres af algoritmer baseret på kunstig intelligens. Det har fået flere forskere til at råbe vagt i gevær (Vestergaard, 2019, s. 137). Psykografisk profilering kritiseres bl.a. for dets evne til at undergrave selvbestemmelsen, ved at udnytte individers smertepunkter. Det blev bl.a. afsløret i 2017, da et fortroligt dokument blev lækket fra Facebook til avisen ’The Australian’. Dokumentet afslørede, at Facebook bevidst tilbød annoncører data, om mere end 6,4 millioner mentalt sårbare brugere ned til 14-årsalderen, som følte sig ”usikre”, ”værdiløse”, ”fejlslagne” mm. Annoncørerne fik mulighed for at målrette reklamer til unge mennesker, på det tidspunkt de var mest sårbare (Vestergaard, 2024). Den amerikanske computerforsker Jaron Lanier betragtes for at være en af grundlæggerne af ’virtual reality’ som felt, og er derudover kendt for hans bøger om bæredygtige og humanistiske løsninger, i den digitale tidsalder. Han skrev i 2019 bogen, *10 argumenter for at slette dine profiler på sociale medier nu*,<sup>15</sup> hvor han beskriver, hvordan sociale medier undergraver den frie vilje. Han kritiserer på samme vis den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel, og skriver at den største forskel fra mere traditionel markedsføring, på f.eks. tv’et til nu, ”er at du ikke bliver konstant overvåget og evalueret, med det formål at fodre dig med dynamisk

---

<sup>14</sup> Jeff Orlowski (2020, 9. september). *The social dilemma* (Dokumentar). Netflix.

<sup>15</sup> Lanier, J. (2018). *Ti argumenter for at slette dine profiler på de sociale medier nu*, Gyldendal.

*optimerede stimuli – ”indhold” eller reklamer – for at engagere dig og ændre dig*” (Lanier, 2017, s. 16). Med denne formulering, indkapsles Tristan Harris’ postulat om techvirksomhedernes tre hovedformål: *engagement, vækst og reklamer*. Techvirksomhedernes tre formål om engagement, vækst og reklame, forsøges opnået gennem personaliserede stimuli, baseret på psykografiske analyser. Flere forskere kalder det målrettet manipulation (Vestergaard, 2024). Dette kan ses som værende i konflikt med Kants tanker om det oplyste menneske, som agerer uden ledelse eller manipulation fra eksterne parter.

Når eksterne parter, bevidst søger at manipulere og påvirke individet, kræver det ifølge Kants formulering, oplysning til at bruge sin forstand. Det forudsætter høj grad af selvbestemmelse, som ifølge Klakfi, er et essentielt formål ved dannelse, og indbefatter en emancipation fra den fremmedbestemte og fri selvstændig tænkning (Klakfi, 2014, s. 32). Det fremmedbestemte kan i denne kontekst, forstås som opmærksomhedsekonomiens påvirkning på individet. Når vi i samfundet har en aktør, som kortlægger mulighederne for at påvirke brugeren, bliver individers selvbestemmelse udfordret. Der kan derfor argumenteres for, at techplatformenes’ psykografiske profilering, står i kontrast til Klakfis dannelsestanke om selvbestemmelse, og Kants’ tanker om den personlige myndighed. Segmentanalyser er ikke noget nyt. Men magten ved psykografisk profilering, er stor og bruges i den vestlige verden med kommercielle formål. Forskere advarer mod potentialet ved den psykografiske profilering som i yderste dystopiske konsekvens, kan give anledning til sociale kreditsystemer, som ses i flere pilotprojekter i Kina (Vestergaard, 2019, s. 19).

Afhængighed af digitale enheder og platforme er et andet fænomen, som forskere mener udfordrer selvbestemmelsen. *”Afhængighed gør dig lidt efter lidt til en zombie. Zombier har ikke en fri vilje”* (Lanier, 2017, s. 35). Den amerikanske investor og entreprenør Nir Eyal, præsenterede i bogen *Hooked – How To Build Habit Forming Products*<sup>16</sup>, en model for vanedannende forbrugsprodukter. Denne model, giver en simpel opskrift på at fastholde forbrugeren i et produkt. Modellen består af: *triggers, handling, belønning og investering*. Triggers er en subtil stimulus, der får brugeren til at handle. *”triggers bevæger os til handling, uanset om vi kender til dem eller ej”* (Vestergaard, 2019, s. 134). Eyal deler triggers op i eksterne og interne triggers. En ekstern trigger kan f.eks. være vibrationen eller notifikationslyden på mobiltelefonen. Indre triggers er indre sindstilstand, som trigger til handling. Det kan f.eks. være nervøsitet, der trigger handlingen at bide negle. Vestergaard, Hendricks og Mehlsens’ forskning peger på, at techplatformene forsøger at forbinde indre

---

<sup>16</sup> Vestergaard, 2019, s. 133

sindstilstande som kedsomhed eller ensomhed med f.eks. handlingen 'at tjekke Facebook' eller 'spille et mobilspil' (Vestergaard, 2019, s. 135). Når handlingen udføres, udløses belønningen. I kraft af B.F. Skinners forskning indenfor adfærdspsykologi, opstod den moderne behaviorisme. Et væsentligt princip i Skinners adfærdsforskning er '*princippet om varierende belønning*' som har fundet vej til alverdens kasinoer, onlinespilplatforme og sociale medier (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 136). Når belønninger udløses på forskellige og uforudsigelige tidspunkter, giver det et større dopaminboost, som medfører større *engagement*. Belønningssystemer på sociale medier, kan sammenlignes med kasinoer – Brugeren lægger indsatser (kommentarer, opslag, billeder osv.) i håbet om belønninger i form af positiv feedback, likes og kommentarer. Usikkerheden om belønningen fastholder brugeren, og motiverer til at tjekke platformen, igen og igen (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 136).

Designet, sammenholdt med platformenes facilitering af menneskelige basale behov, som behov for forbindelser, feedback, bekræftelse, anerkendelse og belønning (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 137), gør brugen af disse medier særligt attraktive. Techvirksomhederne forsvarer designet, ved at påpege det frie valg, til ikke at anvende dem. De tilbyder en gratis service, i et bytteforhold for brugerens opmærksomhed og data. De sociale medier og andre opmærksomhedsøkonomiske tjenester, abonnerer på et negativt frihedsbegreb, nemlig frihed fra tvang. I den optik er ludomanen, lige så fri som enhver anden (Vestergaard, 2019, s. 142). Digitaliseringen har medført, at store dele af den offentlige kommunikation, nu i høj grad foregår på de internationale virksomheders opmærksomhedsøkonomiske tjenester. Den digitale kommunikationsvej på disse platforme, er blevet central infrastruktur, som gør at fravalget af tjenesterne, har konsekvenser for individets tilværelse i samfundet. Det positive frihedsbegreb bliver derfor aktuelt i debatten, som sigter efter at give individet de bedst mulige betingelser, for at udleve sin frihed. Hertil bliver det relevant at nævne Klafkis' forståelse af selvbestemmelsen som emanciperende af det fremmedbestemte. Emanciperende forstås som individets frigørelse, af eksterne parters kontrol. Derfor kan der argumenteres for, at techplatformenes bevidste brug af designs til at fastholde brugeren, modarbejder emanciperende af det fremmedbestemte, som er en forudsætning for selvbestemmelsen.

Summen af ovenstående analyse, viser måder hvorpå techplatformene kan udfordre individets selvbestemmelse. Dette gøres ifølge nævnte forskere via. psykografisk profilering som kan bruges til målrettet manipulation. Derudover udfordrer platformenes adfærds- og afhængighedsskabende designs yderligere individets selvbestemmelse, i en positiv frihedsoptik.

## Analysedel 1.1 – Folkeskolen og samfundsfagets rolle

I det følgende afsnit, vil jeg undersøge hvilken rolle folkeskolen og samfundsfaget, kan spille for at imødekomme de konsekvenser opmærksomhedsøkonomien har, for individets selvbestemmelse. Dette vil jeg gøre med udgangspunkt i folkeskolens formålsparagraf, samfundsfagets formålsbeskrivelse, samfundsfagets undervisningsvejledning og fællesmål 2019.

**Folkeskolens formål:** I relation til folkeskolens formålsparagraf, bliver det interessant at undersøge, hvilke potentielle effekter foregående analyses pointer, kan have på folkeskolens formål. I folkeskolens formålsparagraf 1 stk. 3 står der skrevet: ”*Folkeskolen skal forberede eleverne til deltagelse, medansvar, rettigheder og pligter i et samfund med frihed og folkestyre. Skolens virke skal derfor være præget af åndsfrihed, ligeværd og demokrati*” (Folkeskolens formålsparagraf, §1, stk. 3). Analysedel 1.0, undersøgte den psykografiske profilerings muligheder for, at målrette kommercielle interesser til bestemte segmenter. I tråd med disse pointer, argumenterer Ole Sejer Iversen, i en kronik på Dansk Magisterforening, for at digitaliseringen skader åndsfrihed, ligeværd og demokrati. Han mener at digitaliseringen i sammenhæng med befolkningens generelle vidensniveau, beskadiger disse værdier (Iversen, s. 4). Hans argumentation bygger på, at åndsfriheden tager skade af de kommercielle rammer, mange digitale platforme benytter. Det fører til svækkelse af åndsfriheden, når virksomheder øver indflydelse på vores nyhedsindsamling, følelsesmæssige respons på nyheder, politiske statements og dermed vores frie tanker, og ultimativt vores demokratiske ret (Iversen, s. 7). Analyseafsnittet fremviser, at opmærksomhedsøkonomien ifølge de anvendte forskere, beskadiger åndsfriheden og demokratiet og i kraft heraf, bliver et relevant anliggende for folkeskolens virke.

**Deltagelse og frihed:** Fra perspektivet med et positivt frihedsbegreb, vil produkter med afhængighedsdesigns svække individets *frihed* og mulighed for *deltagelse*. Techplatformene søger at opfylde målet om at skabe engagement. Modsat afhængighed, står frihed. Hvis vi derfor ønsker at maksimere friheden i samfundet, kan produkter som bygger på afhængighedsdesigns, i dette perspektiv ses som en trussel for individets frihed. Ifølge WHO, er et symptom for afhængighed bl.a. afhængighedens dominerende rolle med hensyn til prioritering og tidsforbrug (Düring, 2022). Indskrænkelse af individets frihed gennem afhængighed, kan derfor også ses som en faktor, der reducerer individets mulighed for *deltagelse*. Det må derfor antages, at når forretningsmodellen svækker essentielle bestemmelser i formålsparagraffen, nødvendiggøres en stillingtagen til problemstillingen. Handling ift. til dette, kan derfor styrke folkeskolens formål om deltagelse i et samfund med frihed og folkestyre, præget af åndsfrihed og demokrati.

I det følgende afsnit, vil jeg identificere problemstillingens legitimitet og relevans i sammenhæng med samfundsfagets formålsbeskrivelse. I den første formulering af fagets formål står der, at eleverne skal *"(...) opnå viden og færdigheder, så de kan tage reflekteret stilling til samfundet og dets udvikling"* (Samfundsfag Fælles Mål, 2019). Den teknologiske udvikling, herunder opmærksomhedsøkonomiens potens, har stor effekt på samfundet. I lyset af fagets formålsbeskrivelse, mener jeg derfor, at viden om opmærksomhedsøkonomien er et essentielt perspektiv at have in mente, for at kunne tage reflekteret stilling til samfundet og dets udvikling i den digitale tidsalder. Dette vil jeg komme nærmere ind på senere. I fagets formål stk. 2 står der skrevet: *"Eleverne skal opnå forudsætninger for udvikling af kritisk tænkning og et værdigrundlag, så de kan deltage kvalificeret og engageret i samfundet"*. Fagets formål om kritisk tænkning vil blive nærmere undersøgt i analysedel 2.1. Hvis et værdigrundlag skal kultiveres, må folkeskolens elever eksponeres for de etiske problemstillinger, der gør sig gældende i den digitale tidsalder (f.eks. overvågning, privatlivsret, osv.) I forlængelse af pointerne fra analysedel 1.0, vil det derfor give mening at oplyse om opmærksomhedsøkonomiske tjenesters afhængigheds- og adfærdsdesign. Det kan bidrage til refleksion, stillingtagen og værdigrundlag, som kan øge den kvalificerede og engagerede deltagelse i samfundet. *"Eleverne skal opnå forståelse af, hvordan mennesker både påvirkes af og kan påvirke samfundet"* (Samfundsfag Fælles Mål, 2019). En grundlæggende viden om det, der skal tages stilling til og et værdigrundlag, bidrager til elevens handlekompetence (Christensen, 2019, s. 143). Dette kalder Anders Stig Christensen også for *politisk dømmekraft*, som er en del af den politiske dannelse. En oplysning om opmærksomhedsøkonomiens mekanismer kombineret med et værdigrundlag, vil derfor bidrage til elevernes handlekompetence, elevernes politiske dannelse og dermed deres forståelse af, hvordan mennesker påvirkes af og kan påvirke samfundet. *"(...) og de skal kunne forstå hverdagslivet i et samfundsmæssigt perspektiv."* Den gennemsnitlige 15-årige bruger omtrent 3 timer på sociale medier om dagen, (Mehlsen, 2024) og det må derfor antages at sociale medier, er en stor del af unges hverdagsliv. Derfor kan der argumenteres for, at viden om opmærksomhedsøkonomiske intentioner, mekanismer og designs som hook-modellen, vil bidrage til at forstå hverdagen i et samfundsmæssigt perspektiv. I undervisningsvejledningen for samfundsfag, bliver færdigheds- og vidensområdet for privatøkonomi og forbrugeradfærd, udspecificeret således *"Rollen som forbruger handler om, hvad man vælger og fravælger, men også om, hvad man er påvirket af (...)"* (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 15). I forhold til rollen som forbruger og forbrugeradfærd, ligger der derfor et særligt potentiale for undervisning i opmærksomhedsøkonomi. Den psykografisk profilering har styrket grundlaget for segmentanalyser og analysernes præcision er

langt højere, end vi nogen sinde har set. ”Demografiske data fortæller os kun hvem kunden er, ikke hvorfor kunden måske køber. Psykografisk profilering kigger dybere og opdager motivationerne i en persons liv.” (Vestergaard, 2019, s. 140). Det bliver derfor relevant at forholde sig til nye former for segmentering, som virksomhederne benytter til at påvirke forbrugeradfærden. Undervisning i segmenteringsstrategier er en sociologisk tilgang, til at forstå markedsføring og dermed nogle af de mekanismer der indgår i et marked (Christensen, 2021, s. 187). Undervisning i segmentering kan give anledning til en tværdisciplinær samfundsfagsundervisning og bidrager til to af fagets discipliner – ’økonomi’ og ’sociale og kulturelle forhold’ (Christensen, 2021, s. 105). Sociologen Henrik Dahls’ segmenteringsmodel ’Minervamodelen’ kan være interessant, fordi han beskriver mekanismerne bag segmentering, men hvor aktuell den er i dag kan diskuteres (Christensen, 2021, 187). Derfor ser jeg undervisning om psykografisk profilering, som et aktuelt bidrag til at behandle og supplere færdigheds- og vidensområderne ”Privatøkonomi og forbrugeradfærd” og ”Social differentiering”. IT og medier, er et af samfundsfagets tværgående temaer. (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 27). I afsnittet skitseres fire elevpositioner. Særligt relevante bliver: ’Eleven som analyserende modtager’ og ’Eleven som ansvarlig deltager” (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 27)’. ’Eleven som analyserende modtager’ handler bl.a. om at eleven skal forholde sig til digitale produkters lødighed, og forholdet ml. modtager og afsender. Oplysningen om opmærksomhedsøkonomiske mekanismer vil styrke vurderingen, fordi det giver et vigtigt perspektiv ift. lødighed, motiv og interesser, der kan være mellem afsender og modtager. ’Eleven som ansvarlig deltager’ handler bl.a. også om etiske overvejelser, i forlængelse af elevernes digitale adfærd. Her bliver viden om techplatformenes adfærds- og afhængighedsdesign vigtige. De digitale platformes afhængighedsdesign, er ikke almen viden. Camilla Mehlsen udtalte i DR programmet ’Deadline’ d. 20.3.2024,<sup>17</sup> at vi har brug for et tobaksøjeblik, som en reference til tobaksindustriens mange års succes med at holde skadelige virkninger, såsom afhængighed af produkterne, skjult. Oplysning om disse produkters skadelige virkninger kan understøtte etiske overvejelser om elevernes digitale adfærd, og bidrage til rette forudsætninger som ansvarlige deltager i den digitale tidsalder.

At tilføje eller integrere flere mål og tematikker i et fag, kræver også flere ressourcer og tid. Dette perspektiv kom til syne i mit interview med samfundsfagslæreren. ”Det man bare skal huske på, især i forhold til samfundsfaget, er at det er et meget lille fag. Altså det er vel et af skolens mindste”, berettede læreren, og udtrykte sin bekymring for at skulle forholde sig til endnu flere kompetencemål

---

<sup>17</sup> ’Deadline’ (2024. 20. marts), *Brutal digital barndom*, DR.

i faget. Måske med udsigten til den nye skolereform, som vil være mindre målstyret, kan der blive bedre plads til disse tematikker. Digitaliseringsminister, Marie Bjerre (V) udtalte i oktober 2023; ”*Det kan eksempelvis være, at man bruger det i dansk og samfundsfag for at lære om, hvad sociale medier betyder for samfundet, demokratiet og kulturen.*” (Hald, 2023). Citatet vidner om politiske ønsker, for at integrere dele af problemstillingen i fagene. En mindre målstyret folkeskole, vil i højere grad realisere Klafkis tanker om *epoketypiske nøgleproblemer*. Ifølge tanken om epoketypiske nøgleproblemer er nyere tekniske styrings-, informations- og kommunikationsmedier, særlige problemstillinger af aktuel og væsentlig betydning for samtiden, og ifølge denne tanke, et vigtigt anliggende for folkeskolen.

Foregående analyse viser hvordan undervisning i opmærksomhedsøkonomi, kan være et legitimt og ligefrem nødvendigt anliggende, for at aktualisere folkeskolen og samfundsfaget. Analysen belyste opmærksomhedsøkonomiens effekt på folkeskolens- og samfundsfagets, formålsbeskrivelser. En undervisning herom vil dermed styrke disse formålsbestemmelser. Undervisningen vil også bidrage til indsigter i essentielle faktorer for forbrugeradfærd, samfundets udvikling, dets påvirkning på individet, og individets påvirkning på samfundet. Desuden vil undervisningen bidrage positivt, til styrkelsen af to elevpositioner ift. IT og medier - eleven som analyserende modtager og ansvarlig deltager. Disse pointer vil blive nærmere behandlet i handlingsperspektivet, i analysedel 30.

## Analyse del 2.0 – Fake news og misinformation i informationsstrukturen

I denne analysedel, vil jeg undersøge opmærksomhedsøkonomiens rammer for information, som ifølge forskerne Sejer, Hendricks, Mehlsen og Zuboff mf., implicerer demokratiet og den demokratiske samtale. Den forøgede risiko for at blive eksponeret for misinformation og fake news, sætter nye krav, til individets evne til kritisk tænkning og kildekritik. Sociale platformes design og AI-teknologi gør det nemt at dele og producere informationsprodukter, som udfordrer individets evne til at skelne mellem sandt og falsk. Kant mente, at oplysningen til fornuften indebærer kritisk tænkning til at kunne vurdere informationer. Jürgen Habermas formulerede ’den herredømmefri samtale’, som indbefatter en fælles livsverden og bestræbelse på sandfærdig og oprigtig kommunikation. Disse idealer, udfordres af opmærksomhedsøkonomiens gunstige forhold for misinformation og fake news. Derfor vil følgende analyse, udforske informationsstrømmene- og strukturerne i opmærksomhedsøkonomien og belyse nogle af de grunde til, at information, misinformation og fake news, deles og spredes vidt på de opmærksomhedsøkonomiske tjenester.

Organisationerne FN, EU, OECD og World Economic Forum, har siden 2013 advaret om den stigende risiko ved misinformation, som i yderste konsekvens kan forårsage cyberangreb, terrorisme og globale regerings fiasko (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 66). Misinformation er et globalt problem, som vi må forholde os til, hvis vi skal reducere de farerisici som det medfører. Center for Information og Boblestudier, har udviklet et redskab til vurdering af informationers sandhedsgrad og kvalitet. De deler informationskvalitet op i tre zoner: *Sandhedszonen* med sande og bekræftede udsagn. *Gråzonen* med fordrejede og udokumenterede historier. *Vildledningszonen* med løgne og fake news. Redskabet kaldes ”*Skala over informationskvalitet – fra sandhed til løgn*” (LIKE, 2019, s. 130). Redskabet kan hjælpe med at nuancere kvalitetsbilledet af informationer, og være et analytisk udgangspunkt til vurdering af kilder. Didaktiker i dansk Jeppe Bundsgaard, italesætter i podcasten ”Pædagogisk Rækkevidde”<sup>18</sup>, vigtigheden i at styrke den kritiske læsning i folkeskolen. Han mener, at man må gøre opmærksom på de interesser, der kan ligge bag de informationer man møder. Det kan være kommercielle interesser, politiske interesser eller nogen der bare vil dele det, de ved noget om (Bundsgaard, 2023). På samme måde peger Center for Information og Boblestudier, på motiverne bag fake news som kan være satire, skjult reklame, webtrafik/clickbaits eller propaganda (LIKE, 2019, s. 136). Indsigt i disse motiver og intentioner, kan bidrage til en yderligere nuancering af informationslandskabet. Sociale medier og opmærksomhedsøkonomien, har sat informationsstrukturen ind i en ny ramme, med vilkår som nødvendigvis ikke bidrager positivt til sandhed og demokrati. Jeg mener derfor, at disse redskaber og indsigter kan være et vigtigt bidrag, til at styrke elevernes perspektiver, på de informationer de møder. Denne pointe vil jeg udfolde yderligere i analysedel 2.1.

Jeg vil i følgende afsnit, undersøge hvordan opmærksomhedsøkonomiens mekanismer, forudsætter et skærpet fokus på elevers evne til kritisk tænkning og kildevurdering, i mødet med disse. For at forstå fake news og misinformation, må man ifølge Hendricks forstå opmærksomhedsøkonomien (Folkeuniversitetet Nordjylland, 2018, 4:00).<sup>19</sup>

”*I informationstidsalderen er fake news som magneter i opmærksomhedsøkonomien*” (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 62). Det opmærksomhedsøkonomiske marked for information, er ikke efficient, dvs. at markedet ikke er selvregulerende, så de bedste informationsprodukter overlever og

---

<sup>18</sup> Bundsgaard, J. & Davidson, A. (2023, 25. september). *Digital dannelse: Pædagogisk rækkevidde*. Videnslyd for Aarhus Universitetsforlag.

<sup>19</sup> Folkeuniversitetet Aalborg/Nordjylland (2018, 8. marts). *Vincent F. Hendricks forelæsning om Fake News* (Video). <https://www.youtube.com/watch?v=TjfKxZ5oQ3g&t=1363s>



informationsprodukter af ringere kvalitet går til grunde (Folkeuniversitetet Nordjylland, 2018, 13:45). Som tidligere nævnt, anslås værdien af et informationsprodukt, ud fra dets evne til at generere *engagement* og *trafik*. Informationsprodukter med høj værdi bliver promoveret og viderecirkuleret, på de sociale platforme med formålet om at skabe mere *engagement* og *trafik*. I 2018 publicerede *Science* en stor undersøgelse som viste, at falsk information spredte sig hurtigere og bredere end sandfærdige information (Hendricks & Mehlsen, 2018, s. 80). Det bliver derfor nærliggende at undersøge, hvordan et informationsprodukt skaber engagement og trafik, når sandhed nødvendigvis ikke er et kriterie. Den amerikanske professor i marketing Jonah Berger undersøgte i 2013 de største kriterier for historiers viralitet på nettet. Hans indsigter kan formuleres i 6 principper der samlet har fået betegnelsen S.T.E.P.P.S (Social Currency, Triggers, Emotion, Public, Practical Value og Stories). Social Currency, er kriteriet for, at en historie kan bidrage til informationsbrugerens sociale kapital i form af respekt eller status. Triggers, er historier eller fænomener der giver os associationer til andre vigtige fænomener. Emotion, er de historier som vækker negative eller positive følelser. Public, er historier som knytter sig til den almene og offentlige interesse, fortælling, og samtale. Practical Value, er historier der giver individet en form for praktisk værdi som eks. råd og anbefalinger. Stories, betegner historier, som er simple at gengive og med simpel dramaturgisk struktur (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 82). Sandhed er ikke et kriterie i disse principper, og derfor ikke noget som nødvendigvis er et kriterie for historiers viralitetspotentiale. Selvom modellen er lavet på analyse af store datamængder, er undersøgelsen fra 2013, hvilket i sammenhæng med erkendelsen af trends på internettets foranderlighed, kan se anderledes ud i dag, 11 år senere i 2024. I samfundsfagsundervisningen berører man typisk emnet om de 5 nyhedskriterier. Redaktionen hos de etablerede medier vælger de nyhedshistorier som deles, typisk ud fra de nyhedskriterier den givne medieredaktion vægter højest, ift. dets målgruppe (Riis, 2017, s. 154). På sociale medier er det algoritmen som promoverer informationsprodukter, ud fra den opmærksomhedsøkonomiske værdi, baseret på evnen til at genererer engagement og trafik, hvilket ifølge Berger, typisk følger S.T.E.P.P.S-principperne. Jeg ser derfor et potentiale for perspektivering af nyhedskriterierne til S.T.E.P.P.S-principperne eller lignende undersøgelse, som vil aktualisere og åbne billedet af den moderne digitale informationsstruktur.

De sociale medier, fungerer ikke som de traditionelle eller etablerede medier, som forpligter sig på pressenævnets presseetiske retningslinjer, herunder '*Korrekte meddelelser*' (Pressenævnet, 2023)<sup>20</sup>.

---

<sup>20</sup> Pressenævnet (2023, 15. november). *Retningslinjer for god presseetik*. <https://www.pressenaevnet.dk/retningslinjer-for-god-presseskik/>

Selvom massemediers betydning for demokratiet er omdiskuteret, ligger der her en væsentlig forskel. Etablerede danske medier forpligter sig på at bringe korrekte informationer, hvilket sociale medier ikke gør. ”*Informationsstrukturen er på private hænder, og de sociale platforme står til regnskab for aktionærer, mere end de forpligter sig på sandhed og demokrati*” (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 36). Habermas formulerede sin tese om den *borgerlige offentlighed*, som en forudsætning for demokratiet, hvor argumenter er frie fra religiøse, politiske og økonomiske magtmidler.<sup>21</sup> Når informationsstrukturen derfor infiltreres af aktionærers kommercielle interesser, svækkes idealet om den borgerlige offentlighed. Den er ikke fri fra magtmidler, fordi økonomiske ressourcer eller økonomisk magt, kan bruges til at promovere interesser effektivt. Habermas mener, at fornuftig kommunikation, er essentielt for fredelig sameksistens. Med fornuftig kommunikation mener han, at vi må prøve at forstå hinanden, med en forudsætning om at udsagn og fakta, skal være oprigtige og sandfærdige (Riis, 2017, s. 161). Når sociale medier derfor ikke forpligter sig på sandhed eller korrekte meddelelser, og algoritmer kan promovere informationsprodukter af lav kvalitet på baggrund af popularitet, står det i kontrast til Habermas ideal.

Jævnfør Hendricks og Mehlsens forskning, er en faktor til spredningen af misinformation og fake news, de menneskelige kognitive bias, som forstærkes gennem de sociale mediers design. Mennesket er evolutionært disponeret for en række bias, som påvirker selektionen af information. Her er relevant at nævne, at vi søger og husker information der taler ind i vores verdensbillede (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 75). Techplatformenes design forstærker denne bias, ved at forbinde folk med samme holdninger og livsanskuelser, som giver anledning til ekkokammereffekt og polarisering (Hendricks & Mehlsen, s. 76). Som nævnt er Habermas ideal om den *herredømmefrie samtale*, forudsat en fælles livsverden med fælles erfaringer og viden, hvorfra mening, identitet og solidaritet kan udspringe (Riis, 2017, s. 161). Habermas ideal bliver udfordret af techplatformenes forstærkning af den kognitive bias, fordi det giver anledning til ekkokammereffekt og forstærker polarisering i samfundet. Det betyder at offentlighedens fælles viden og erfaringer, kan bevæge sig længere væk fra hinanden.

Den ovenstående analyses pointer, behandler drivkræfterne og motiverne bag nyhedsstrømmene på de sociale medier. Opmærksomhedsøkonomien allokerer informationsprodukter, på baggrund af dets evne til at skabe engagement og trafik. Bergers undersøgelse om historiers viralitet, formuleres ved S.T.T.E.P.S-principperne. Her er sandhed ikke et kriterie, i modsætning til etablerede mediers

---

<sup>21</sup> Sørensen, J. G. (Redaktør) Branner, H. et al. (Forfattere). Forlaget Columbus  
<https://samfundsfag.dk/begreber/politik/demokrati-retssystem/borgerlig-offentlighed/>

forpligtelser på presseetik. Dette konflikter med demokratiske idealer, som Habermas teori om den borgerlige offentlighed og den herredømmefrie samtale. Desuden forstærker sociale mediers design ekkokammereffekten og polariseringen i den offentlige demokratiske samtale.

## Analysedel 2.1 – Folkeskolen og samfundsfaget rolle

I det følgende afsnit, vil jeg undersøge hvordan de førnævnte vilkår for informationsstrømmene i opmærksomhedsøkonomiske tjenester, er et relevant emne for folkeskolen og samfundsfaget.

I folkeskolens formålsparagraf 1 stk. 2, formuleres det, at folkeskolen bl.a. skal udvikle arbejdsmetoder, som skal fremme erkendelse og give eleverne tillid til egne muligheder og baggrund for at tage stilling og handle (Folkeskolens formålsparagraf). Set i lyset af foregående analyse, bliver det nødvendigt at give eleverne de rette forudsætninger, værktøjer og ressourcer til at handle og tage stilling, i de mange informationsstrømme af forskelligartet kvalitet, der flourer på internettet og sociale medier. Kildekritik og kritisk tænkning, er derfor essentielle kompetencer som forudsætning hertil. I samfundsfagets formålsbeskrivelse stk. 2 står der skrevet: *”Eleverne skal opnå forudsætninger for udvikling af kritisk tænkning (...)”* (Samfundsfag Fælles Mål, 2019). Denne del af formålsbeskrivelsen, udfoldes nærmere i fagets undervisningsvejledning om *”Tværgående emner og problemstillinger.”* Informationssøgning, kildekritik og kritisk tænkning er alle dele af samfundsfagets tværgående emner og problemstillinger. (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 23). I undervisningsvejledningen står der bl.a. *”At blive konfronteret med decideret misinformation og desinformation, hvor aktører målrettet forsøger at sprede usande påstande, er blevet et mere påtrængende problem med fremkomsten af de forskellige sociale medier, hvor teknologier kan misbruges til manipulation. Dette stiller nye krav til elevernes forståelse af teknologier og til deres kritiske sans”* (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 23). For at kvalificere elevernes forståelse af teknologier og deres kritiske sans, i en tid med opmærksomhedsøkonomiske tjenester, mener jeg, at et essentielt bidrag til disse kompetencer er viden om opmærksomhedsøkonomiske design og mekanismer. Det er vigtigt, for som foregående analyse pointerede, giver markedet gunstige vilkår for fake news og misinformation, som kan florere problemfrit. Indsigter i opmærksomhedsøkonomiens design, vil derfor styrke nødvendige kompetencer i kritisk tænkning og kildevurdering, da det tilvejebringer en forståelse af de vilkår hvorpå informationen flourer. Det er vigtigt at have en nuanceret forståelse af informationsmængderne på nettet, og kunne vurdere om en nyhed og kilde er sand, falsk eller

vildledende (EMU)<sup>22</sup>. Informationssøgning er en stor del af den samfundsfaglige metode og derfor må eleverne opnå de rette forudsætninger og erhverve sig de rette redskaber, til at kunne udføre disse vurderinger. Et konkret eksempel kan være ”*Skala for informationskvalitet – fra sandhed til løgn*” samt indsigter i de intentioner og motiver, der kan ligge bag informationsdelinger.

Misinformation og falske nyheder er bestemt ikke nye fænomener, og der findes derfor allerede en del undervisningsmateriale, som understøtter og styrker kritisk tænkning og kildevurdering. Allerede i oplysningstiden formulerede Kant den kritiske tænkning som en essentiel del af det oplyste og fornuftige menneske. Kant så oplysning i et bredt perspektiv, som netop omhandlende evnen til, at kunne forholde sig kritisk overfor de informationer man møder. Kultiveringen af den kritiske tænkning, har derfor længe stået centralt i oplysningstidens filosofiske tanker og i demokratiske sammenhænge. Sammenhæng mellem demokrati og kritisk tænkning, udspecificeres i undervisningsvejledningen for samfundsfag således: ”*Kritisk tænkning er en forudsætning for at deltage i demokratiet*” (Samfundsfag Undervisningsvejledning, 2019, s. 24). Færdigheder og kompetencer til at gennemskue informationers intention, udvider sig i takt med teknologiens udvikling, og senest med udviklingen af AI. Offentligheden har nu adgang til computerprogrammer, som hurtigt og effektivt kan manipulere informationer, billeder, videoer, stemmer mm. De nye teknologiske muligheder for at manipulere med information, sammenlagt med opmærksomhedsøkonomiens informationsstruktur, gør et skærpet fokus på styrkelsen af kritiske kompetencer aktuelt. Undervisningsminister Mattias Tesfaye (S), udtaler i et interview med i DR nyhedspodcast ’Tiden’ d. 15.01.24, at fake news og deep-fakes er et alvorligt problem og ”(...)*vi arbejder på at alle elever i folkeskolen skal undervises i fake news og deep-fakes på nettet.*”<sup>23</sup> Det anerkendes fra politisk side, at det er et presserende problem, som accelereres med den teknologiske udvikling, og derfor kræver handling hurtigst muligt. Man må derfor formode, at der vil komme et naturligt større fokus på dette i fremtidens folkeskole.

Foregående analyse zoomede ind på folkeskolens formålsparagraf og samfundsfagets tværgående emner, problemstillinger og metoder som kritisk tænkning, kildevurdering og informationssøgning, som blev sat i relation til opmærksomhedsøkonomiens rammer for information, misinformation og fake news. Det står klart at opmærksomhedsøkonomien på flere punkter, kan skabe udfordringer for

---

<sup>22</sup> EMU (2022. 21. september). *Kritisk tænkning*. <https://emu.dk/grundskole/demokrati-og-faellesskaber/kritisk-taenkning>

<sup>23</sup> Wetterling, A. (2024. 15. januar). *Tiden: Kongens første arbejdsdag, AI-Snyd og missiler mod Mellemøsten*, DR Lyd.

folkeskolens demokratiske dannelsesopgave. Individets selvbestemmelse bliver udfordret ved brugen af psykografisk profilering, som effektivt kan målrette og manipulere individet med ideer og reklamer. Selvbestemmelsen bliver yderligere udfordret ved platformenes adfærds- og afhængighedsdesigns. Den demokratiske samtale, kritiske tænkning og kildekritisk vurdering bliver udfordret gennem fake news og misinformation, som flourer med gunstige vilkår i den opmærksomhedsøkonomiske forretningsmodel. Analysedel 1.1 og 2.1 legitimerer problemstillingernes relevans og belyser de mange områder, som vil blive styrket i folkeskolen og samfundsfaget, gennem oplysning eller en delvis oplysning, om opmærksomhedsøkonomien. Jeg vil sammenfatte disse pointer, i en samlebetegnelse jeg kalder; ”Det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv”. Perspektivet skal forstås som et resultat af en delvis oplysning om opmærksomhedsøkonomiens mekanismer og design, som vil styrke elevens position overfor disse markedsstrategier. Perspektivet kan bidrage til elevens handlekompetence, økonomiske kompetence, sociologiske kompetence, politiske kompetence og digitale dannelse, herunder digitale myndiggørelse, kritiske tænkning og kildevurdering. Dette vil jeg konkretisere, i det følgende afsnit.

## Analysedel 3.0 - Handlingsperspektiv

Det kræver ifølge Hendricks og Mehlsen, tre former for mobilisering, hvis man vil forsøge at indskrænke techgiganternes voksende indflydelse over det offentlige rum og deres dertilhørende magt over tidens fakta, følelser og fortællinger (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 187). Disse er; 1. Individuel mobilisering (som borger og forbruger), 2. Institutionel mobilisering (offentlig, privat, NGO), og 3. Ideologisk mobilisering (politisk opmærksomhed) (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 187). Intentionen bag denne opgaves undersøgelser om folkeskolens og samfundsfagets rolle, udspringer fra dette perspektiv om en tredelt mobilisering. Integrering af oplysning om opmærksomhedsøkonomien i samfundsfaget eller folkeskolen generelt, vil bidrage til den offentlige institutionelle mobilisering, som vil bevirke den individuelle mobilisering. Den tredje mobiliseringsform, er bl.a. politisk. Her ser vi allerede nationalt og internationalt, en stigende opmærksomhed på disse samfundsmæssige problemstillinger. Medlem af Europa-Parlamentet, Christel Schaldemose (S), udtaler til DR ”*Vi skal stille krav til tech-giganterne om, at de simpelthen ikke må lave et design, der gør folk afhængige (...)*” og direktør for ’Digital ansvar’ Ask Hesby Holm, kalder det ”*bydende nødvendigt*”, at EU nu forpligter tech-giganterne på, at udvikle en mere ansvarlig forretningsmodel (Olsen et al., 2024).

DR-programmet 'Debatten' d. 02.05.24<sup>24</sup>, udfoldede sig under overskriften "Skærmfri fremtid?". Her blev selvsamme problemstillinger adresseret af eksperter, politikere og meningsdannere.

Jeg vil i følgende afsnit give et bud på undervisningsmateriale, som bidrager til den institutionelle og individuelle mobilisering. Digital dannelse er fundamentet for den individuelle mobilisering og har bl.a. til formål at give viden og indsigt, til at kunne deltage i det digitaliserede samfund og samtidig sikre individets myndighed (Hendricks & Mehlsen, 2021, s. 188). Det er en alt for stor opgave for det enkelte hjem, og uddannelsessystemet må tage part i denne mobilisering (Hendricks & Mehlsen, 2018, s. 62). Det er skolens opgave, fordi mange forældre ikke har de nødvendige kompetencer til at behandle disse tematikker (Bundsgaard, 2023). Det bliver derfor relevant at undersøge, hvordan samfundsfag særligt kan bidrage til den digitale myndiggørelse og kritiske tænkning, anno 2024. Camilla Mehlsen skriver i en artikel på folkeskolen.dk at folkeskolen skal lave -"En styrket indsats, der udvikler elevernes digitale kompetencer og styrker deres kritiske brug af opmærksomhedsøkonomiske tjenester."<sup>25</sup>. Dertil må tilføjes tesen om at "teoretisk viden sammen med praktisk anvendelse kan styrke kritisk sans, handlemuligheder og myndiggørelse online" (Mehlsen & Hendricks, 2021, s. 189). Tanken i følgende handlingsperspektiv, er derfor baseret på disse teser, som kan perspektiveres tilbage til Kants' tanker om oplysning og den personlige myndighed. Handlingsperspektivet har sit primære fokus, på realisering af "Det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv".

Undervisningsmateriale på markedet som behandler opmærksomhedsøkonomi, er meget begrænset. Det skyldes manglen på forskning og udvikling af lærebogsmaterialer på dette område (Iversen, s. 12). Informanten, samfundsfagslæren, efterlyser materiale til at kunne undervise i temaet "Jeg vil nok have brug for et godt udgangspunkt i hvert fald. (...) Et eller andet certificeret materiale", udtaler hun. Det eneste tilgængelige læremiddel som behandler opmærksomhedsøkonomi, er pt. læremidlet "LIKE". Det er rettet mod grundskolens udskoling og ungdomsuddannelser, hvilket gør at det i lavere grad taler direkte ind i folkeskolens samfundsfag.

Undervisningsmaterialet LIKE er udarbejdet på Center for Information og Boblestudier, af Vincent F. Hendricks og Camilla Mehlsen. "Den grundlæggende didaktiske idé bag LIKE er, at den digitale dannelse kan lægges direkte ned i fagene (...)" (Hendricks & Lindqvist, 2024). Det er derfor et godt

---

<sup>24</sup> Debatten, Kjersgaard, C. (2024, 25. april). *Skærmfri fremtid?*. DR TV

<sup>25</sup> Mehlsen, C. (2024, 23. januar). *Tesfaye, det er ikke skærmene. It's the economy, stupid.* FOLKESKOLEN. <https://www.folkeskolen.dk/it-mobning-skolen-i-samfundet/bogaktuel-forfatter-tesfaye-det-er-ikke-skaermene-its-the-economy-stupid/4752585>

udgangspunkt for samfundsfaget. Materialet har mange potentialer og adresserer mange nødvendige tematikker, i materialets 191 sider. I forlængelse af pointerne fra analysedel 1.0 og 1.1, bliver særligt kapitel 3 i LIKE, ”Mig og min opmærksomhed” relevant. Kapitlets fokusord er: *Opmærksomhedsøkonomi, Produktkendskab, Forbrugeradfærd, Sociale mediers forretningsmodel og Profilerings*. Kapitellet oplyser eleverne om essentielle begreber og mekanismer, der ligger bag designet af disse platforme. Dette kapitel kan derfor bidrage til det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv, samtidig med, at det kommer ind på begreber fra samfundsfagets videns- og færdighedsmål. ”Udgangspunktet for relationen mellem en vare og en kunde er den, at det er kunden, der betaler for varen. I opmærksomhedsøkonomien betaler annoncører for vores opmærksomhed, ergo er opmærksomheden varen.”<sup>26</sup> Læremidlet drager paralleller og forskelle, til mainstreamøkonomien. På den måde bidrager læremidlet med en større forståelse af økonomiske sammenhænge, og hvordan økonomi alternativt kan tænkes. Et andet eksempel er: ”(...) opmærksomhedsøkonomi. Begrebet beskriver det udbud og efterspørgsel, der er omkring opmærksomhed.”<sup>27</sup>. Således kan det bidrage til centrale begreber indenfor markedsøkonomi - *udbud og efterspørgsel*. Ved underoverskriften ”*dine data kan påvirke dig*”, beskriver læremidlet forholdet mellem opmærksomhed, dataindsamling og produktudbud på de online platforme. På den måde bliver eleverne præsenteret for fundamentet i psykografisk profilering, med ord og begreber fra samfundsfaget og det almene teknologiske felt. Denne del af materialet kan derfor bruges selvstændigt eller supplerende til ’økonomi’ og ’sociale og kulturelle forhold’ i samfundsfaget. Kapitellet kan supplere eller forlænge et tværdisciplinært forløb der forholder sig til emnerne: forbrugeradfærd, forbrugerroller, forbrugerrettigheder og social differentiering.

Hvis vi skal give folkeskolens elever, forudsætningerne til at forholde sig kritisk overfor opmærksomhedsøkonomiske tjenester og den potentielle afhængighed, og bidrage til, at de kan agere som analyserende modtagere og ansvarlige deltagere, samt understøtte udviklingen af et værdigrundlag, må de oplyses om de mekanismer, der ligger bag ved platformenes design. Læremidlet LIKE behandler også temaet om adfærd og afhængighedsdesign. Kapitel 3.3 ’adfærdsdesignerens kamp om din opmærksomhed’ sætter fokus på *digitale fodspor, adfærdsdesign, vaner, algoritmer, Hook-modellen* og *afhængighed*. Med dette kapitel får eleverne indsigt i de mekanismer der ligger i platformenes design. Hook-modellen bliver beskrevet og illustreret på

---

<sup>26</sup> Hendricks & Mehlsen (2019). *LIKE*, CIBS s. 99

<sup>27</sup> Hendricks & Mehlsen (2019). *LIKE*, CIBS s. 98

pædagogisk vis, og efterfølges af en opgave, hvor eleverne skal undersøge og identificere modellens komponenter, i sociale mediers design.

### **Kritik af læremidlet og Odensemodellen**

Læremidlet er et af de eneste læremidler, som behandler opmærksomhedsøkonomi. Læremidlet henvender sig også til ungdomsuddannelser, hvilket gør, at det til tider, taler et sprog som kan være på højt niveau, for folkeskolens elever. Det vil sige, at man som lærer skal gøre sig grundige overvejelser ift. rammesætningen, stilladsering og differentiering af materialet. Jeg mener at materialet i folkeskolen er nyttigt ved en nøje udvælgelse af de afsnit, opgaver og begreber, som er relevant ift. undervisningens formål. Nogle af opgaverne forudsætter en vis arbejdsform, men man må gøre sig selvstændige overvejelser ift. undervisningsform og stilladsering af processen, da der som sådan ikke medfølger nogen lærervejledning. Jeg vil i det nedstående, analysere undervisning i det opmærksomhedsøkonomisk perspektiv, med udgangspunkt i læremidlet LIKE, for dets potentielle bidrag til den kategoriale samfundsfaglige dannelse, jævnfør Christensens model.

**Type 1:** Læremidlet starter med en case, om den danske dreng Benjamin Lasnier, som fortæller hans personlige historie og hans indsigter, i opmærksomhedsøkonomiens logikker. Hans historie og viden om opmærksomhedsøkonomien, fik ham til at nå et eksponeringspotentiale på op mod 100 millioner brugere. Casen fortæller om forretningsmodellens potentialer og logikker, ud fra Benjamins erfaring og succes. Derudover tager læremidlet udgangspunkt i de kendte sociale medier som Facebook, Instagram, X og YouTube. Det kan formentlig vække nysgerrighed og motivation, da det taler ind i en mægtig del af unges livsverdener og mange vil have holdninger, erfaringer og forforståelser, man med fordel kan tage udgangspunkt i. **Type 2:** Læremidlet inkluderer flere samfundsfaglige metoder, da det indeholder opgaver, som lægger op til undersøgelser, analyser, diskussioner og refleksioner, som understøtter informationerne fra kapitlet. Kapitlet indeholder også statistikker og undersøgelser eleverne kan forholde sig til. **Type 3:** Læremidlets indhold er hvad Klafki i dag, ville kalde et epoketypisk nøgleproblem (Nyere teknologisk udvikling). Analysedel 1.1 og 2.1 viste hvordan problemstillingen, trækker tråde til samfundsfagets kompetenceområder. **Type 4:** Tabellen for *”det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv”*<sup>28</sup>, viser forslag, til at behandle opmærksomhedsøkonomien ud fra samfundsfagets kompetenceområder økonomi, sociale og kulturelle forhold, politik og samfundsfaglige metoder.

---

<sup>28</sup> Skema - Bilag 3



## Konklusion

Dette bachelorprojekt har undersøgt måder, hvorpå den digitale opmærksomhedsøkonomi implicerer folkeskolens demokratiske dannelsesopgave. Dette blev udfoldet i to analysedele, hvor den første omhandlede selvbestemmelse og den anden informationsstrukturene ift. misinformation og fake news. Første analysedel forholdte sig til dannelsesidealet om selvbestemmelse, formuleret af Klafki, med rødder tilbage til oplysningstiden og Kants tanker om oplysning. Analysen tog sit udgangspunkt i brugen af psykografisk profilering, som ifølge forskerne Hendricks, Mehlsen og Vestergaard, potentielt kan bruges til målrettet manipulation og effektiv kommerciel markedsføring. Derudover blev platformenes adfærds- og afhængighedsdesign, undersøgt i en positiv frihedsoptik, og blev diskuteret med Klafki og Kants' tanker om selvbestemmelse og personlig autonomi, hvilket tydeliggjorde konflikten mellem opmærksomhedsøkonomiens mekanismer og disse idealer. Analysedel 1.1, belyste ud fra Iversens' kronik, folkeskolens formålsparagraf, samfundsfagets formålsbestemmelse og samfundsfagets undervisningsvejledning, hvordan problemstillingen konflikter med disse formålsbestemmelser. Der blev argumenteret for, hvordan en delvis oplysning om disse problemstillinger, vil styrke disse bestemmelser, bidrage til samfundsfagets videns- og kompetenceområder, styrke to elevpositioner, ift. IT og medier, og aktualisere folkeskolen og samfundsfaget ift. den virkelighed der omslutter individet, i den digitale tidsalder. Analysedel 2.0, udforskede informationsstrukturene på de opmærksomhedsøkonomiske tjenester, set ift. misinformation og fake news. Analysen viser, ifølge Hendricks og Mehlsens, at sandhed ikke er et kriterie for historiers viralitet, og at usande historier kan spredes hurtigere end sandfærdige. Derudover forstærker sociale mediers design, ekkokammereffekten og polariseringen i samfundet, hvilket konflikter med demokratiske idealer, som Habermas ideal om den borgerlige offentlighed og den herredømmefrie samtale. Dette nødvendiggør en opkvalificering af evnen til kritisk tænkning og kildekritik, som i analysedel 2.1 blev undersøgt ift. folkeskolen og samfundsfaget. Samlet set er opgavens hovedtese, nemlig nødvendigheden af, at integrere det som jeg kalder 'det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv' i skolens virke, som blev konkretiseret i et handlingsperspektiv i analysedel 3.0. Perspektivet realiseres, gennem teoretisk viden og praktisk anvendelse, som vil styrke elevens digitale dannelse, digitale myndighed, kritiske tænkning, kildekritiske evne, politiske og økonomiske dannelse, folkeskolen- og samfundsfagets formålsbeskrivelser og gøre eleverne mere modstandsdygtige overfor de nye effektive markedsstrategier og mekanismer i opmærksomhedsøkonomien.

## Litteraturliste

### Bøger:

- Bogisch, B. & Kornholt, B. (2014). *KLM på tværs*, Samfundslitteratur.
- Christensen, A. S. (2021). *Samfundsfagsdidaktik*, Hans Reitzels Forlag
- Hendricks, V. & Mehlsen C. (2018). *Hvordan bliver vi digitalt dannede?*, Informations Forlag
- Hendricks, V. & Mehlsen C. (2019). *LIKE*, Center for Information og Boblestudier (CIBS)
- Hendricks, V. & Mehlsen C. (2021). *Sandhedsministeriet*, Informations Forlag
- Klafki, W. (1996). *Dannelsesteori og didaktik – nye studier*, Forlaget Klim
- Lanier, J. (2018). *Ti argumenter for at slette dine profiler på de sociale medier nu*, Gyldendal.
- Riis, O. (2017). *Sociologi: En nøgle til samfundet*, Hans Reitzel Forlag
- Vestergaard, M. (2019). *Digital Totalitarisme*, Informations Forlag
- Wellendorph, K. D. (2018). *Dannelse og digital kultur*, Frydenlund
- Zuboff, S. (2019). *Overvågningskapitalismens Tidsalder*, Informations Forlag

### Artikler:

- Christensen, A. S. (2019). *Politisk og samfundsmæssig dannelse i samfundsfag*, Dafolo
- Hald, M. (2023, 10. Oktober). *Regeringen vil have teknologiforståelse ind i skolens fag*. FOLKESKOLEN. <https://www.folkeskolen.dk/samfundsfag-skolepolitik-skoleudspil/regeringen-vil-have-teknologiforstaelse-ind-i-skolens-fag/4736725>
- Iversen, O. S. (Ukendt), *Digitaliseringen udfordrer vores åndsfrihed, ligeværd og demokrati*, DM. <https://dm.dk/politik-og-presse/dms-politik/forandring-og-sammenhaengskraft/digitalisering/ole-sejer-iversen/>
- Jens Erik Kristensen (2022, 15. August). *Skolens dannelse historisk set*. EMU. <https://emu.dk/grundskole/paedagogik-og-didaktik/dannelse-i-skolen/skolens-dannelse-historisk-set>
- Mehlsen, C. (2024, 23. Januar). *Tesfaye, det er ikke skærmene. It's the economy, stupid*. FOLKESKOLEN. <https://www.folkeskolen.dk/it-mobning-skolen-i-samfundet/bogaktuel-forfatter-tesfaye-det-er-ikke-skaermene-its-the-economy-stupid/4752585>
- Olsen, T. L. et al. (2024, 2. Maj). *'Evigheds-scrolling' skal være slut: EU-politikere vil gå efter tech-giganteres hemmelige våben*. DR. <https://www.dr.dk/nyheder/politik/ep-valg/evigheds-scrolling-skal-vaere-slut-eu-politikere-vil-gaa-efter-tech>
- Vestergaard, M. (2024, 5. Februar). *Digital overvågning og nye trusler mod selvbestemmelsen*. EMU. <https://emu.dk/stx/det-digitale/teknologisk-og-digital-dannelse/digital-overvaagning-og-nye-trusler-mod?b=t5-t284-t310>

Mads-Rumle H. Schmidt  
Lær200136

### Hjemmesider:

Børne- og undervisningsministeriet (2023. 15. november) *Folkeskolens formål*.  
<https://www.uvm.dk/folkeskolen/folkeskolens-maal-love-og-regler/om-folkeskolen-og-folkeskolens-formaal/folkeskolens-formaal>

EMU (2022. 21. September). *Kritisk tænkning*. <https://emu.dk/grundskole/demokrati-og-faellesskaber/kritisk-taenkning>

Lindqvist, B. S. & Hendricks, V. (2024. 5. Februar). *Digital dannelse direkte ind i fagene – What's not to LIKE!?*. <https://emu.dk/grundskole/dansk/it-og-medier/digital-dannelse-direkte-ind-i-fagene-whats-not?b=t5-t284-t310>

Medicin.dk (2023. 18. December). *Afhængighed og problemskabende forbrug*.  
<https://pro.medicin.dk/Sygdomme/Sygdom/318463>

Pressenævnet (2023. 15. november). *Retningslinjer for god presseetik*.  
<https://www.pressenaevnet.dk/retningslinjer-for-god-presseskik/>

Sørensen, J. G. (Redaktør) Branner, H. et al. (Forfattere). Forlaget Columbus  
<https://samfundsfag.dk/begreber/politik/demokrati-retssystem/borgerlig-offentlighed/>

### Podcasts:

Bundsgaard, J. & Davidson, A. (2023. 25. september). *Digital dannelse: Pædagogisk rækkevidde* (Podcastepisode). Videnslyd for Aarhus Universitetsforlag.  
<https://www.spreaker.com/podcast/paedagogisk-raekkevidde--5883925>

Wetterling, A. (2024. 15. januar) *Tiden: Kongens første arbejdsdag, AI-Snyd og missiler mod Mellemøsten*, DR Lyd.

### YouTube, dokumentar og tv-udsendelser:

Deadline, Mehlsen, C. (2024. 20. marts). *Deadline: Brutal digital barndom*, DR TV.

Debatten, Kjersgaard, C. (2024. 25. april). *Skærmfri fremtid?*. DR TV

Folkeuniversitetet Aalborg/Nordjylland (2018. 8. marts). *Vincent F. Hendricks forelæsning om Fake News* (Video). <https://www.youtube.com/watch?v=TjfkxZ5oQ3g&t=1363s>

Jeff Orlowski (2020. 9. september). *The Social Dilemma* (Dokumentar). Netflix.

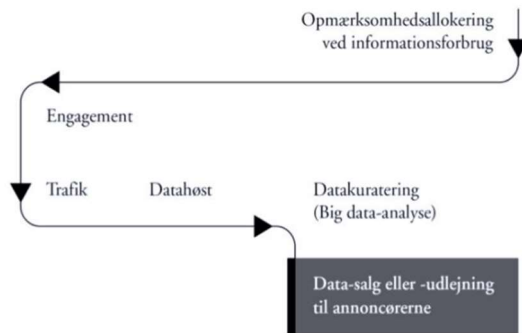
### Andet:

Børne- og Undervisningsministeriet (2019), *Samfundsfag Fælles Mål 2019*

Børne- og Undervisningsministeriet (2019), *Samfundsfag Undervisningsvejledning 2019*

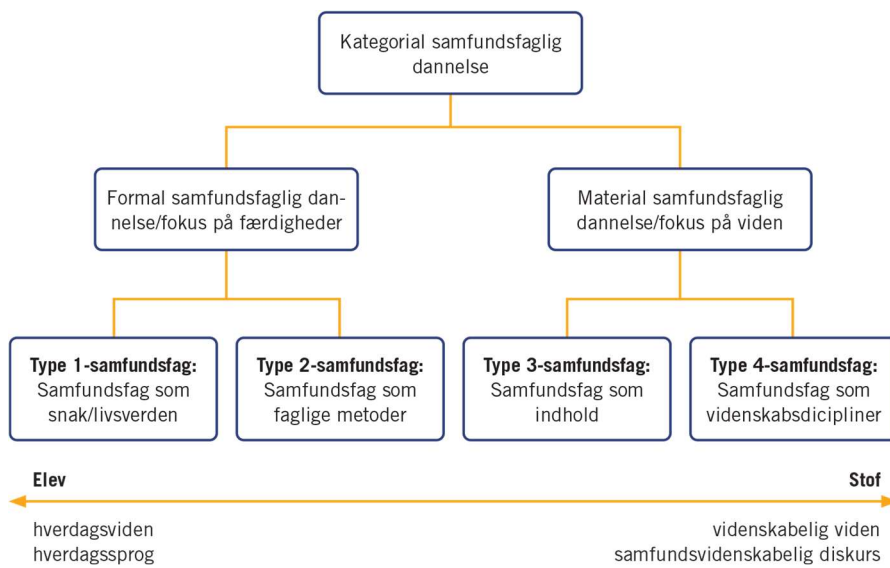
# Bilag:

## Bilag 1:



Figur 2.1. Forretningsmodel for techplatforme.

## Bilag 2:



Bilag 3:

***Det opmærksomhedsøkonomiske perspektiv:***

<b>Opmærksomhedsøkonomi</b>	<b>Emne:</b>	<b>Beskrivelse:</b>	<b>Videns- og færdighedsmål</b>
<b>Økonomi</b>	Opmærksomhedsøkonomi – bred økonomisk dannelse	Alternative økonomiske modeller.	Økonomisk dannelse
	Forbruger- roller, adfærd og rettigheder	Undervisning om data og muligheder for at påvirke forbrugeren med disse.	Privatøkonomi og forbrugeradfærd
<b>Sociologi</b>	Socialisering (Tertiær)	Triple-socialisering: Primær, sekunder og tertiær.	Socialisering
	Segmentering	Data segmentering	Social differentiering
<b>Politik</b>	Demokratiske idealer	Hvad er demokrati? hvad forudsætter et sundt demokrati. (demokratiske idealer)	Demokrati
	EU – Lovgivning om techgiganterne - Margrete Vestager	Europæisk problemstilling: Internationale virksomheder ejer vores datas.	EU og Danmark
	International politik – U.S.A, Kina, FN, WHO.	Internationale politiske dilemmaer.	
	Medier, presseetik, pressenævnet Vs. information på andre informationsplatforme	Forskelle på informationsudbydere. Etablerede medier vs. SoMe.	Medier og politik
	Politisk brug af SoMe.	Framing og priming	Medier og politik
<b>Samfundsfaglige metoder</b>	Statistik		Statistik
	Kvalitative og kvantitative undersøgelser		Undersøgelsesmetoder
	Informationssøgning		Informationssøgning