

Henri Verdier  
Jean-Louis Missika

# HADETS FORRETNINGEN

Oversat af Lone Garde

*Oversat efter : Henri Verdier & Jean-Louis Missika,  
Le business de la haine  
© Calmann Lévy, 2022*

texte tekst

<b>I. Det civile rum i opløsning</b>	23
Opløsning af det gamle reguleringssystem	28
Ytringsfrihed for alle	34
Hadets forretningsmodel	39
Platformenes sårbarhed	42
Splittelsen af det offentlige rum til fordel for målrettet reklame	47
Staternes reaktion, en forværrelse	52
Post-sandhedens æra	54
<b>II. En kort historie om den offentlige debat</b>	57
Journalistens fødsel	57
Den objektive informations fødsel	62
Informationens institutionalisering	65
Informationens afinstitutionisering	71
Den løsrevne information	78
Politiseringen af ekspertise	82
Mediernes dagsorden og platformenes dagsorden	86
Polariseringen af den offentlige debat	92
<b>III. Tusinde milliarder medier: Mediesystemet i mangfoldighedens tidsalder</b>	103
Brugergenereret indhold: femten år der ændrede verden	103
Adfærdsbaseret reklame	111
At sætte verden i data	117
De sociale netværks hegemoni	119
Opmærksomhedsøkonomien	125
Kapløbet om kapital	128
<b>IV. Reguleringens fiasko</b>	133
Nyt system, nye behov for regulering	134
Umulig regulering	141
Den digitale analfabetisme hos de politiske ledere	143
Private kontrakter som en ny common law	148
Systemiske monopoler	150
Den mislykkede utopi	154

<b>V. Forståelse af fejlene ved det nye borgerlige rum</b>	159
Hadet som politisk lidenskab	160
Hadets offentlige rum	166
Demokratiet og dets fjender	170
Nye udlægninger af ytringsfriheden	175
For en kollektiv og fælles forvaltning af det offentlige rum	182
<b>VI. Instrumenterne i en ny regulering</b>	189
"Primum non nocere"	192
Anvendelse af gældende lovgivning er mulig	192
Faldgruber, der skal undgås	195
GDPR, DSA, DMA: den ambitiøse europæiske ramme	205
Genoplivning af fremskridtsdynamikken	217
Skal de sociale medier afvikles	218
Forsvar for demokratisk kontrol med algoritmer	220
Fremmelse af mangfoldighed i algoritmer	223
Adskillelse af systemiske aktører	225
Regulering af skræddersyede reklamer	228
Sikring af bæredygtighed for informationsproducenter	233
Etablering af demokratisk kontrol med det offentlige rum	239
Konklusion	247
Takkeord	253
Bibliografi	

## Introduktion

Det demokratiske ideal har en lang historie bag sig bestående af både fremskridt og tilbagegang. Det har aldrig været fuldstændigt udfoldet, men efter det 20. århundredes store totalitære regimers fald, lod det til at gå fremad over det meste af verden. Man så bedre organiserede valg med højere grad af kontrol, medierne opnåede større uafhængighed, debatter mellem politiske modstandere var mere strukturerede, retsstaten blev i højere grad respekteret, for ikke at tale om udsigten til et mere direkte og mere inkluderende demokrati, som blev hjulpet på vej af digitale værktøjer. Alt det gav luft til nye optimistiske vinde. NGO'erne udgav hvert år rapporter og statistikker, som gjorde rede for disse fremskridt, og FN regnede med endelig at kunne hellige sig deres Verdensmål. Men pludselig er vinden vendt, demokratier er begyndt at vakle og endda nogle gange at falde. Mange stater henfalder til rendyrkede autoritære regimer, andre demokratiske stater klassificeres som 'i tilbagegang'. Selv det amerikanske demokrati er rystet. To tredjedele af verdens befolkning er nu frataget et rigtigt demokrati<sup>1</sup>. Vi er på brutal vis blevet bevidste om, at udviklingen mod mere demokrati ikke kan tages for givet. I forsøget på at beskrive disse nye politiske balancer, dukker forskellige koncepter op: 'illiberale demokratier', 'demokratuer'... De rivaliserer i semantisk snilde, uden rigtigt at bidrage med forklaringer. Internettets fremkomst for halvtreds år siden

---

<sup>1</sup> IDEA, « The global State of Democracy Report 2021 – Building resilience in a Pandemic Era », [www.idea.int](http://www.idea.int) JEAN-LOUIS MISSIKA ET HENRI VERDIER.

banede vej for en stærk innovationsbølge: teknologiske fremskridt, virksomhedsboom, men også stigende adgang til information, til kultur og den enkeltes mulighed for at skabe og dele indhold og organisere sig. Denne usædvanlige historie blev gjort mulig af den utrolige frihed, som dette netværk tilbød, uden centraliseret kontrol, uden censur, åbent for enhver. For kun femten år siden opmuntrede vi selv fra vore respektive positioner til minimal kontrol af disse netværk, til deling af magten til at handle, til åbenhed og transparens. Men situationen har ændret sig, noget er gået galt. Gigantiske monopoler har overtaget kontrollen af ytringsfriheden, ondsindede aktører har lært at vende den mod demokratier, udøvelse af had og vold har nået utålelige proportioner, desinformation og misinformation er blomstret op, overalt er der blevet sæt tvivl om institutionernes ord. Ikke alle havde gennemskuet, at spillereglerne var blevet ændret, og at den frihed, som var udgangspunktet, nu havde brug for indgreb fra de offentlige myndigheder for at blive bevaret. Eftersom de sociale medier brød frem samtidig med disse fænomener, forsøgte man at forstå hvilken rolle, de spillede. Således opdagede man 'filterbobler'<sup>2</sup>, 'ekkokamre'<sup>3</sup> og de skræddersyede<sup>4</sup> kampagner til vælgerne. Og som så ofte før vandt den åndelige dovenskab; 'det er alt sammen de sociale mediers skyld'. Det er nemmere at finde synde-bukke, end at udrede den historiske hårknude, som har ført til denne demokratiske skrøbelighed. Man har ellers

---

<sup>2</sup> En filterboble er den intellektuelle og relationelle isolation, som skabes af søgemotorernes algoritmer og de sociale medier. Brugeren modtager uopfordret personlig tilpasset information ud fra de oplysninger som platformene har om vedkommende. Denne information er således allerede farvet af vedkommendes tilbøjeligheder, formet af algoritmerne. Filtreringen mindsker brugerens frie dømmekraft og lukker vedkommende inde i en bekræftelse af deres holdninger og fordomme.

<sup>3</sup> Et ekkokammer betegner den proces, som forstærker lyden af en information når den i en uendelighed kastes tilbage af mediesystemet og de sociale medier.

<sup>4</sup> Mikromåltrettet kommunikation betegner en meget finmasket segmentering af individer, som muliggøres af den mængde oplysninger, som platformene samler om brugerne. Med dem genereres den skræddersyede reklame ud fra den enkeltes interesseområder og søgninger.

længe vidst at den teknologiske determinisme er en fælde og at politiske kriser beror på en lang række faktorer, hvoraf teknologien blot er en af dem. Den kan afdække, accelerere eller facilitere men den spiller aldrig den afgørende rolle. Et symptom er ikke en årsag, en accelerator er ikke en motor. Det er ikke de sociale medier, som svækker demokratiet. Mange andre faktorer er lige så vigtige: økonomiske, politiske, geopolitiske. Men uden demokratisk regulering forstærker en særlig brug af de sociale medier den bevægelse.

Siden de blev skabt har platformene fastholdt, at de ikke var mere og andet end tekniske værktøjer til indholdsdeling og at de ikke kunne holdes ansvarlige for de tekster og billeder, de gjorde tilgængelige for deres brugere. Ved at afholde sig fra at udvælge indhold garanterer de deres egen rentabilitet. Og de betragtelige overskud fra 'indhold genereret af brugerne' bliver geninvesteret i redaktionelt indhold, som hverken har noget at gøre med kvaliteten af informationerne eller med debatternes relevans, men som udelukkende har til formål, at forøge brugernes interaktion<sup>5</sup> og få dem til at acceptere flere reklamer. Der er således ikke grund til at undre sig over, at disse økonomiske modeller har flere og flere negative effekter. Demokratiet hviler på to grundpiller: frie valg og ytringsfrihed. Borgere, som nogle gange er organiseret i partier, diskuterer frit i de uafhængige medier, udveksler ideer og forslag, og træffer afgørelser ved valg hvis' resultater accepteres af alle. Disse to grundpiller er forbundet. For at demokratiet kan fungere, skal ytringsfriheden være rettet mod diskussion og votering, dvs. en proces, hvor borgernes meninger bringes i dialog og danner grundlag for en beslutning, der accepteres af både mindretallet og flertallet. Derfor vækker det undren, at myndigheder

---

<sup>5</sup> Graden af engagement betegner antallet af interaktioner med en publikation sammenholdt med antallet af personer, som har set publikationen. Den gør det muligt at måle, hvordan en reklame eller et politisk udsagn klarer sig. Platformenes algoritmer er lavet med henblik på at maksimere engagementet så brugeren bruger så lang tid som muligt på platformen og kommer tilbage så ofte som muligt.

verden over har afstået fra at prøve at regulere platformene for at undgå denne perverse effekt. Den skrevne presse er blevet reguleret, radio og fjernsyn er blevet reguleret, men platformene har opnået en dominans uden fortilfælde uden nogen som helst politisk reaktion. Denne falliterklæring er en central del af den demokratiske krise. I løbet af de sidste par år er staterne dog endelig begyndt at reagere, men ofte på en kejtet eller uhensigtsmæssig måde. I Europa udforsker de forsigtigt de demokratiske muligheder. De autoritære regimer, som ikke skammer sig over deres skrupler, indfører censur og teknologisk filtrering og går nogle gang så vidt som at bestride selve fundamentet for et frit og åbent internet. Det skal dog siges, at en del af sidstnævnte er regimer, hvor ytringsfrihed ganske enkelt ses som en trussel. Hvis man skal handle effektivt, må man først forstå, hvad fremkomsten af platformene har ændret og hvorfor. De politiske fænomener, vi er vidner til - som f.eks. den stigende tilslutning til ekstremisme, den dalende tillid til institutionerne og vreden hos visse dele af befolkningen - er de knyttet til platformenes fremkomst eller er det et tilfælde? Vi vil vise, at disse virksomheder til dels er forbundet med nedbrydelsen af den demokratiske sammenhængskraft. Men teknologien er aldrig den vigtigste årsag til politiske ændringer. I løbet af de sidste ti år er det hele den skrøbelige balance i vores demokratier, med sin særlige mediemæssige sammensætning, der blander ytringsfrihed, massemedier, økonomiske modeller og kompleks regulering, som er smuldret for øjnene af os. Formålet med denne bog er at beskrive det nye medielandskab, hvor de digitale platforme spiller en fremtrædende og snart hegemonisk rolle, at karakterisere hvordan det påvirker demokratiet og at overveje hvilke reguleringer, det endnu er muligt at foretage for at stoppe konsekvenserne. Disse medier, som vi både kan se ud fra deres egne karakteristika og ud fra måden hvorpå visse bruger dem på, er i gang med at ødelægge selve fundamentet for vores samfund. De problemer vi står overfor er langt mere

vidtgående end blot 'fake news', had eller vold. De er systemiske og det er akut vigtigt, at betragte dem indgående og sige tingene som de er: det er selve det civile rum, som er ved at smuldre bort. Disse problemer er ikke uoverstigelige: de kræver regulering. Historien om de store mediesystemer viser, at de alle har udløst forskellige former for ubalance, som er blevet korrigeret af passende regulering. Historien om disse reguleringer og måden hvorpå de har korrigeret ubalancer, inden de selv blev overhalet at nye reguleringer er essentiel: løsningerne kræver også, at vi forstår hvordan vores demokratiske samfund i lang tid har organiseret ytringsfrihed og mediernes rettigheder og pligter for at opnå den balance, som har varet et halvt århundrede og som i dag eksploderer for øjnene af os. (Kapitel 2). Den rette udformning af disse løsninger opnås også gennem forståelsen for de kræfter, som er på spil og for sammenblandingen af økonomiske og politiske interesser. Det nye medielandskab er ikke længere udelukkende 'mediebåret' idet det bygger på gigantiske sociale netværk, som er skabt på internettet og anvender indhold genereret af brugerne, samt mikromålrettet kommunikation, der tilrettelægger de algoritmer, som bringer indholdet ud. De gamle løsninger kan ikke bruges her. Disse to historier, den om medieregulering og den om det nye medielandskabs fremkomst, gør det muligt at forstå reguleringskrisen. For det er nemlig en krise – og endda en falliterklæring – som vi står overfor. En krise, som delvis er udløst af brutaliteten af den udvikling vi har været vidner til. Men det er også en krise, som skyldes de iboende vanskeligheder ved at lave effektive indgreb i en digital økonomi styret af datastrømme og platforme hvor magt og dominans ikke ser ud, som det gjorde i den tidligere økonomi. En krise udløst af fordrejningen af selve den digitale revolutions værdier, og til dels også af politikernes manglende erkendelse, deres tjenstvillighed eller ligefrem frygt (Kapitel 4). At opstille nye spilleregler tager tid. Der er begyndt at ske noget på området, især i Europa, men det er tydeligt, at der stadig



er et stykke vej igen. Man må bekæmpe selve naturen i de nye medier, som forhindrer den politiske samtale mellem borgerne og tilskynder til hadtale. Udover at varetage ytringsfriheden må vi gå et skridt videre og hævde retten til meningskonfrontation. Som i industrien eller i finanssektoren må man eksperimentere og evaluere, vedligeholde en konstant dialog mellem det politiske, samfundet, virksomheden og forskningen. I de konstante brydninger mellem fundamental frihed, offentlig frihed, innovation – som er nødvendige – må der gøres plads til nye principper, som vi må acceptere konsekvenserne af: demokratiets forrang skal slås utvetydigt fast; der skal udarbejdes en juridisk ramme som kan anskueliggøre, hvordan platformene virker, som de veritable offentlige private institutioner de er og hvilke rettigheder og pligter de har over for samfundet; der må udarbejdes en definition af, hvad der kan betragtes som et fælles gode og som ikke kun kan besluttes af ejerne af disse virksomheder. Så vil vi på demokratisk og eftertrykkelig vis tage de forholdsregler, som situationen kræver: en sammenhængende normativ ramme, som kun Europa kan udfærdige, en transparent og pluralistisk ramme vedrørende algoritmerne, delingen af visse ressourcer akkumuleret af monopolistiske aktører, en regulering af den skræddersyede reklame, støtte til indholdsproducenter, men især en demokratisk ramme for forvaltningen af disse fælles politiske goder, som de sociale medier burde være. (Kapitel 6)

[...]