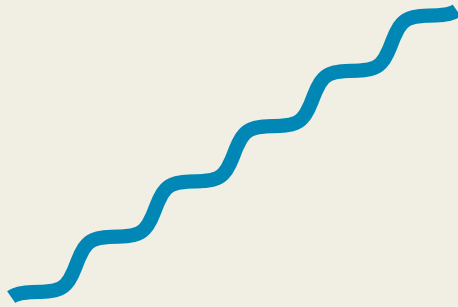


Ansvar for feedet



Guide til en bedre debat online

**- Tips og metoder til journalister,
redaktører, kommunikatører
og moderatører**



Dansk Journalistforbund
Medier & kommunikation

Guide til en bedre debat online

- Tips og metoder til journalister, redaktører, kommunikatører og moderatører

Kapitler

Indledning, 3

Love og regler for debatten, 3

Formulér dine debatregler, 4

Vis dine debatregler, 5

Slå synligt ned på debat, der går over stregen, 6

Svar på kritik: Tre effektive metoder, 7

Giv et *like* til konstruktiv debat, 8

Hvilke emner egner sig til debat?, 9

Planlæg en hverdag med gang i debatten, 10

De fem guidelines for onlinedebat, 11

Af Nadia Nikolajeva

Digital chef, TV MIDTVEST / Stifter af Ansvar for feedet

Tak til Dansk Journalistforbund for støtte til denne udgivelse.

Bidragydere:

Mathias Svane Kraft — Digital redaktør, TV ØST

Uffe Alici Pedersen — Målgruppechef, TV 2 Østjylland

Louise Dohn — Social media specialist

Julie Moltke — Redaktør for DR3 Social

Alexander Sjöberg — Digital journalist og redaktør for sociale medier, Politiken

Tine Tholander — Digital redaktør, Radio24syv

Katrine Emme Thielke — Digital rådgiver

Anders Sevel Johnsen — Juridisk konsulent, Dansk Journalistforbund

Vibeke Borberg — Advokat/DMJX

Holger Rosendahl — Chefjurist, Danske Medier

Lumi Zuleta — Specialkonsulent, Institut for Menneskerettigheder

Lars J. Østergaard — Social media manager, Kræftens Bekæmpelse

Mathias Ambus — Grafisk design

Indledning

Flere og flere medier og organisationer skal håndtere kommentarer, reaktioner og debat online. Opgaven foregår på forskellige platforme og kan være ganske uoverskuelig.

For hvor lægger vi snittet i forhold til ytringsfrihed, et trygt debatmiljø for brugerne og mediets ressourcer? Denne guide er en håndsrækning på vejen - hvad enten du står og skal beslutte dit medies debatpolitik, eller du som journalist skal tackle en voldsom Facebook-kommentarstrøm.

I den nuværende lovgivning er der ikke meget praktisk hjælp at hente i forhold til håndtering af onlinedebat. Derfor er guiden især baseret på de konkrete erfaringer og metoder, som er delt i Ansvar for feedet, hvor medier samarbejder på tværs omkring moderation. Her udveksler medier og organisationer viden på området og diskuterer dilemmaerne. Bidragsyderne til denne guide fortjener en stort tak for at dele deres ekspertviden, så du kan få gavn af alt fra have-traktor-tricket til den perfekte svar-sandwich ved kritik. Der er tale om dygtige folk, der deler ud af det bedste, de har.

Men hvorfor overhovedet lægge kræfter i det? Gentagne undersøgelser fra Institut for Menneskerettigheder peger på en tendens, der er særdeles nedslående, hvis man gik og troede, at den demokratiske samtale har gode vilkår: Borgere afholder sig fra debat på sociale medier, fordi tonen er voldsom. Ved at bruge metoderne og lægge en klar linje kan du være med til at skabe et bedre miljø for en værdifuld debat, hvor læserne kan gøre journalistik og indhold levende med deres personlige fortællinger, tip og reaktioner.

Brug rådene efter dit medies eller din organisations behov og DNA. Overvej de grundlæggende principper, og pluk metoder og erfaringer, der giver mening for din onlinedebat.

Rigtig god læselyst.

Love og regler for debatten online

Når du som redaktionel medarbejder skal forholde dig til debat online, vil det i vid udstrækning tage udgangspunkt i dit medies principper, etik og ambitioner på området.

Medieansvarsloven gælder som udgangs-

punkt ikke brugerkommentarer, der også kaldes uredigeret debat. Det betyder, at det er brugeren, som er ansvarlig for sin egen kommentar. Der skal noget særligt til, for at mediet kan pådrage sig et medansvar, for eksempel hvis mediet ikke reagerer efter at være blevet gjort opmærksom på brugerkommentarer, der er ulovlige.

De presseetiske regler indeholder dog to regler på området, når man leder efter viden om, hvad der er god presseskik ved onlinedebat:

I det omfang der bringes uredigeret debat, bør der offentliggøres synlige og klare retningslinjer herfor samt gives effektiv adgang til at klage til mediet over indlæg.

Første skridt mod at håndtere onlinedebat er altså at formulere og vise sit medies debatregler. Herunder skal brugerne nemt kunne gennemskue, hvordan de kan klage, hvis de eksempelvis ønsker en grov kommentar fjernet - eller har fået fjernet en kommentar og vil klage over det.

Som sagt er det grundlæggende brugeren, der bærer ansvaret for sit indlæg i en debat online. Her kan det være nyttigt at minde brugerne om det ansvar, og at deres kommentarer ikke må stride mod straffeloven. Blandt de mest relevante paragraffer findes:

Krænkelser af privatlivets fred: § 264 d. Med bøde eller fængsel indtil 6 måneder straffes den, som uberettiget videregiver meddelelser eller billeder vedrørende en andens private forhold eller i øvrigt billeder af den pågældende under omstændigheder, der åbenbart kan forlanges unddraget en bredere offentlighed. Bestemmelsen finder også anvendelse, hvor meddelelsen eller billedet vedrører en afdød person.

Trusselsparagraffen: § 266. Den, som på en måde, der er egnet til hos nogen at fremkalde alvorlig frygt for eget eller andres liv, helbred eller velfærd, truer med at foretage en strafbar handling, straffes med bøde eller fængsel indtil 2 år.

§ 266 a. Med bøde eller fængsel indtil 1 år straffes den, der, uden at forholdet omfattes af §§ 136 og 266, offentligt fremsætter udtalelser, der tilstræber at fremkalde volds- handlinger eller hærværk.

Racismeparagraffen: § 266 b. Den, der offentligt eller med forsæt til udbredelse i en videre kreds fremsætter udtalelse eller anden meddelelse, ved hvilken en gruppe af personer trues, forhånes eller nedværdiges på grund af sin race, hudfarve, nationale eller etniske oprindelse, tro eller seksuelle orientering, straffes med bøde eller fængsel indtil 2 år.

Ærekrænkende udtalelser: § 267. Den, der fremsætter eller udbreder en udtalelse eller anden meddelelse eller foretager en handling, der er egnet til at krænke nogens ære, straffes for ærekrænkelse med bøde eller fængsel indtil 1 år [...]

Vold mod personer i offentlig tjeneste: Derudover er en særlig gruppe beskyttet af straffelovens §119, der blandt andet handler om at udøve vold eller true med vold mod personer, som handler i offentlig tjeneste. Det kan være politikere, politimænd, anklagere, dommere, ansatte ved kommunale institutioner som eksempelvis lærere og sagsbehandlere, togpersonale, buschauffører, sundhedspersonale, parkeringsvagter med flere.

Tilskyndelse til forbrydelse offentligt: §136: Den, som offentligt tilskynder til forbrydelse straffes med bøde eller fængsel indtil 4 år. Det kan eksempelvis være i en brugerkommentar.

»Husk, at ytringsfriheden ikke giver brugeren ret til at komme ind på jeres side og opføre sig som et røvhul. Brugeren har ret til at være det på sin egen side - men I har ret til at håndhæve jeres husregler hjemme hos jer selv.«

Katrine Emme Thielke, digital rådgiver.

Formulér dine debatregler

Første skridt mod en velfungerende debat hos dit medie er klare retningslinjer for den.

Læg kræfter i at formulere dine debatregler, så de kan gøre gavn. Klare, letforståelige debatregler er et godt udgangspunkt for dine brugere, når de skal i gang ved tasterne. Det hjælper også de medarbejdere, der skal vurdere, om reglernes følges.

Medier har faktisk en gylden mulighed, for de har lov til at formulere egne eksempelvis nuancerede og meget konkrete regler. Indholdsmæssigt har medier vide rammer udover dem, der er helt basale ifølge dansk ret. Som medie ved du bedst, hvordan du henvender dig til dine brugere. Her har du mulighed for at bruge den viden i skræddersyede debatregler.

Her er udvalgte bidder fra nogle mediers debatregler:

DR Nyheder "accepterer ikke indlæg, der er nedladende, afsporer debatten" og opfordrer til at følge det enkle princip "Tal pænt".

TV 2 forbeholder sig retten til at udelukke profiler, der virker falske:

Hvis der er mistanke om, at en profil er falsk, vil man blive blokeret fra Facebooksiden. Det er op til brugeren selv at bevise ægtheden af sin private profil.

Hos Jyllands-Posten kan indlæg blive fjernet, hvis de: "Er skrevet i en aggressiv tone. Bl.a. smædeord, personangreb og overdreven brug af versaler."

Hos Ingeniøren skal indlæg fra brugerne "holdes inden for emnet og føre debatten videre" og "kontroversielle påstande kræver faglig dokumentation, kildehenvisning, samt skal holdes på et sagligt niveau".

Beslut dit niveau af moderation

Hvilket niveau skal moderation have hos dit medie eller din organisation? Det har stor betydning for ressourcerne, men også for hvor meget du faktisk bidrager med. Du kan være:

- **Usynlig** - dukker eventuelt op, når det brænder på og skjuler de grimme kommentarer.
- **Reaktiv** - kun når du bliver afkrævet svar på direkte spørgsmål.
- **Servicerende** - fikser og ordner, men har ikke selv meget at sige.
- **Faciliterende** - understøtter et community ved at sætte både indhold og brugere i spil.
- **Dialogisk** - stiller spørgsmål, blander sig, er tydelig.

Kilde: Digital rådgiver Katrine Emme Thielke

Gode råd, når du skal formulere debatregler:

- Skab de debatregler, du som medie har lyst til at moderere ud fra. Tag her udgangspunkt i det, dit medie rent etisk står for, og hvad du vil bruge af ressourcer på opgaven. Det giver ikke mening at have en særlig debatregel, du ikke har tid til at moderere ud fra.
- Hold debatreglerne i et letforståeligt sprog, i en overskuelig længde og i en tone, der passer til dit medie.
- Fortæl i dine debatregler, hvornår du sletter, hvornår du skjuler, og hvornår du udelukker brugere. Institut for Menneskerettigheder anbefaler mest mulig transparens, så brugerne kan gennemskue præmisserne for debatten.
- Skriv, hvor brugerne konkret skal henvende sig, hvis de har spørgsmål eller vil klage over kommentarer. Det kan være smart med en særlig mailadresse til formålet.
- Understreg i reglerne, at du gerne vil debatten. Nogle brugere kan misforstå reglerne og betragte dem som udtryk for, at man reelt ikke ønsker debat. Vær tydelig omkring, at reglerne eksisterer netop for at skabe en god debat.

Vis dine debatregler

Når du er så langt, at dine regler er formuleret, skal du vise dem - tydeligt. For næste opgave på vejen mod en bedre onlinedebat er at gøre brugerne bekendt med spillereglerne.

Vis reglerne på din hjemmeside

Langt de fleste medier samler deres debatregler et fast sted på deres hjemmeside. TV 2 har eksempelvis Goddebat.tv2.dk. Radio24Syv har samlet det hele under titlen Samvær Online på deres site. På den måde kan du som medie altid sende et link og henvise til reglerne, hvis en bruger stiller spørgsmål eller klager.

Vis og link til reglerne på sociale platforme

Har du onlinedebat på platforme med kommentarfelt som eksempelvis Facebook og YouTube, giver det mening at gøre debatreglerne nemme at falde over der. På Facebook kan du eksempelvis

bruge tekstfeltet, der handler om dit medie. Flere medier vælger her at bringe et koncentrat af deres debatregler og sommetider tilpasse reglerne til den sociale platform, der er i brug. Der er i øvrigt ingen, der siger, at reglerne på din hjemmeside og på dine sociale kanaler behøver at være de samme.

Henvis til reglerne direkte i kommentarfeltet

Medier som eksempelvis TV2 ØST har lavet praktisk grafik, som kan deles direkte i et Facebook-kommentarfelt, så brugerne ikke kan være i tvivl om reglerne for debatten. Her er pladsen trang, så du skal fatte dig i korthed. Til gengæld er de synlige lige der, hvor brugerne har fingerspidserne ved tasterne.

Foregår debatten direkte på dit website, kan du vise retningslinjerne der, hvor brugerne deltager. Ekstra Bladets Opinionen viser eksempelvis deres regler i en tydelig boks lige over skrivefeltet til brugernes kommentarer.

Regler for debatten

1: Hold dig til emnet

Vi fjerner kommentarer, som prøver at afspore debatten, eller som handler om noget helt andet end historiens emne.

2: Tal pænt

Du må mene, hvad du vil - men skriv det på en ordenlig måde. Vi fjerner trusler, injurier, racisme, chikane og andet, der overtræder loven

**TV2
ØST**

Vis reglerne internt

Sørg for at alle, fra chefen til praktikanten, er orienteret om debatreglerne, når de er fastlagt. Det er afgørende, at alle har et fælles udgangspunkt og kan være med på snakken omkring reglerne: Forstår brugerne dem? Er de tidssvarende? Er der emner, I skal være særligt opmærksomme på for tiden? Er der særligt slemme brugere, der skal blokeres?

Medmindre I er mange medarbejdere med virkelig god tid, så kan det være en udfordring at opdage alle problematiske kommentarer. Det er derfor en fordel, hvis der hersker en kultur, hvor kollegerne er velkomne til at tippe dig om indhold, du bør moderere. De behøver ikke altid at få ret, men alene dialogen og din viden om kontroversielle kommentarspor kan spare dig for tid.

Slå synligt ned på debat, der går over grænsen

Nu er debatreglerne på plads, og du skal i gang med at bringe dem i spil ved at moderere. Ved at bruge en række effektive greb kan du både tidsoptimere, være transparent og sikre, at debatten foregår inden for dine regler.

Forklar, hvad du sletter - og hvorfor

Når du fjerner eller skjuler et indlæg, kan brugere få en oplevelse af, at indhold ganske enkelt forsvinder ud af det blå.

Det kan ødelægge debatten og virke underligt for en bruger, der måske var midt i at læse det, du slettede, og så er det uigennemsigtigt, hvis du ikke forklarer, at du har modereret. Skriv derfor, hvad du har slettet, og hvorfor. Din tone bør være klar, men venlig.

Eksempel: *Kære alle. Vi har slettet en række kommentarer, da de overtrådte vores retningslinjer om en god tone. Der blev blandt andet skrevet vendinger som 'perkersvin' og 'idiot', og den type vendinger vil vi ikke acceptere her på siden - alle skal have lyst til at være med i debatten. Fortsat god dag og debat :-)*

Med sådan en kommentar opnår du to ting: Du viser, at du sætter hårdt ind. Og du sætter en grænse, der gør det helt klart, hvad du vil acceptere, og hvad du ikke vil.

Mange har næppe læst dine debatregler, og de kommer aldrig til det. Men nu har de i det mindste fået med, at du ikke gider en grim tone - og så ved de det næste gang, de ser et opslag fra din side.



Politiken Vi har slettet et par kommentarer i dette kommentarspor. Vi elsker når i debatterer, men tal lige pænt. Også selvom I ikke synes om andres holdninger. Fortsat god debat 🗣️

👍 15

Vær hurtig - følelser smitter

Når du modererer dårlig tone, personlige angreb og så videre, skal du være hurtig. Når først der er en, der har "brækket sig" i kommentarsporet, smitter det, og det virker legalt at gøre. Hvis du er i tvivl, så skjul eventuelt kommentaren, mens du diskuterer den med en kollega.

Nogle debatter vil på kort tid tiltrække sig

mange ytringer, der går over stregen. Her kan det være klogt, hvis du både hurtigt og tydeligt er til stede i kommentarfeltet og kommunikerer klart, hvad rammerne for debatten er. Den hurtighed vil ofte have en positiv effekt på debatten, og sparer dig for den tid, du ellers senere ville skulle bruge på at rydde op.

Vær kærlig, når du modererer

Det lyder banalt; men hvis tonen i forvejen er grov, hjælper det ikke, at der kommer en knotten moderator og råber af kommentarsporet. Du modererer for at skabe en god stemning, og derfor bør du skrive derefter. Det betyder smileys, kærlighed og opbakning til de brugere, der trods alt opfører sig pænt.

Eksempel: *Vi elsker virkelig, at I er så debatlystne! Vi har desværre måtte slette nogle indlæg, da de simpelthen havde en for grov tone, men lad os komme tilbage på sporet og få gang i den gode tone igen <3*

Logikken er enkel: Hvis du får et negativt svar på din kærlige opsang, bliver din opsang styrket i sin pointe. Din opsang får uden tvivl en masse likes - og bliver dermed meget tydelig i kommentarsporet, hvilket spreder god stemning. Desuden får du rettet ind uden at starte en verbal slåskamp.

Giv brugerne en ekstra chance

Det kan være særdeles effektivt at give nogle brugere mulighed for at omskrive deres kommentar, så den kan blive stående. Du viser ikke bare tydeligt engagement omkring en god tone. Du understreger også, at brugerens holdning har værdi i din debat, hvis den holder sig inden for rammerne.

Ofte vil brugeren imødekomme opfordringen eller selv slette kommentaren.



TV MIDTVEST Hej **Randi**. Her på siden er personlige angreb ikke tilladt. Det er helt fint at være uenig, men at kalde andre idiot er over stregen. Hvad siger du til at omskrive din kommentar ovenover? Så kan jeg nemlig lade den stå. Mvh Mette, TV MIDTVEST



Randi TV MIDTVEST tja... Må jo give jer ret. 👍 😊
Beklager. Er omformuleret 👍

Svar på kritik: Tre effektive metoder

Det kan virke uoverskueligt og besværligt, når der kommer kritiske reaktioner på det indhold, mediet deler - eller mediets måde at dele det på. I dag har brugere meget nemmere adgang til at komme af med deres kritik - ovenikøbet synligt for andre. Derfor gør du klogt i at have en arbejdsgang for, hvordan dit medie svarer på kritik i kommentarfeltet.

Første opgave er at vurdere, om brugeren reelt er interesseret i et svar. Jo mere lødig kritikken er, jo mere motiveret bør du som medie være i forhold til at svare. Del ud af din arbejdsmetode, tankerne bag dine valg og din tilgang til produktet. Vær ærlig, når du har lavet fejl. Ofte vil du opleve, at brugeren sætter pris på at blive taget seriøst - og flere andre brugere stemmer i.

Skeln mellem ! og ?



Typisk brugere der bare kommer for at råbe. De åbner døren ind til festen, råber deres kritik og lukker døren igen.



Ankommer til festen, falder i snak, stiller et spørgsmål og afventer svar, før de forlader festen igen.

? prioriteres klart højere og fortjener et svar, hvor ! sagtens kan få lov til at stå for sig selv - det siger oftest mere om dem, at de får lov til at stå og råbe for sig selv.

Kilde: Kræftens Bekæmpelse

Nogle kritiske brugere kommer uden tvivl på banen bare for at "råbe" og har ofte ikke samme ønske om et svar. Her kan du ofte udfordre dem ved at spørge ind til, hvad de egentlig mener. Hvis du er så heldig at have skabt et decideret community med holdstemning i dit debatunivers, vil du kunne opleve, at andre brugere kommer på banen og tager hånd om at svare.

Hav en plan for, hvordan journalister og moderatører kan få informationerne, de skal bruge til at svare på kritik. Og om det eksempelvis skal gå igennem et overordnet, ansvarshavende led i din organisation. Et dokument med svar på ofte stillede spørgsmål og kritik kan være smart at have som værktøj, når forskellige moderatører skal kunne svare. På den måde skal vedkommende ikke researche sig frem til et svar hver gang, men kan

tilpasse ud fra en pulje af viden. Herved undgås også, at en moderator/journalist svarer noget, som mediet ikke kan stå ved.

Og så skal brugerne, der skaber positiv stemning ikke glemmes. Et svar eller en reaktion på nogle af de positive kommentarer i samme kommentarfelt vil hjælpe til at skabe en balance og bedre stemning. Så brugere, der scroller forbi debatten, ikke kun ser det negative som den "vare", der fylder mest i dit udstillingsvindue. Mere om den tilgang i næste kapitel.

Metode: Den perfekte svar-sandwich

Hvordan sammensætter du egentlig et svar på kritik i dit kommentarfelt? Social media specialist Louise Dohn arbejder med opskriften her:

Start - fluffy brød i toppen: Varm, venlig velkomst.

Indhold - pålæg der smager af noget: Byd på indhold og fakta.

Slut - fluffy brød i bunden: Venlig afrunding.

Er man typen, der har overskud til lidt ekstra, krydres sandwichen ved at kaste bolden tilbage til brugeren med et relevant spørgsmål. Men pas på - tomme kalorier er de værste. Gør det ikke bare for at gøre det.

Eksempel på negativ henvendelse: *Hvornår lukker I for det lort til Badehotellet? Jeg gider sgu ikke at se det.*

Eksempel på svar:

Start: *Hej Nadia, det er jeg da ked af at læse, at du ikke vil.*

Indhold: *Badehotellet har åbent to mandage endnu, men så lukkes dørene også for denne gang.*

Krydderi: *Bær over med mig og min nysgerrighed, men hvorfor gider du ikke at se Badehotellet?*

Slut: *Må du få masser af solskin på din vej, selvom den ikke lige fører til Badehotellet. Varme hilsner fra Louise.*

Metode: Stil et spørgsmål, der åbner

Et smart greb, når folk er vrede, og der er store følelser på spil, kan være et spørgsmål. Det skal dog stilles på den rigtige måde og have de rigtige intentioner.

Det, der ellers kan være god kommunikation, kan have modsat virkning på en bruger, der er vred, ked af det eller indigneret. Så kan det at få en forklaring på ens kritik virke konfliktoptrappende.

For at dæmpe vreden kan man bruge metoden med at stille åbne spørgsmål. Her åbner man for

sig selv i samtalen og prøver at opsummere det, den anden har skrevet. Det er vigtigt at være oprigtigt nysgerrig, så metoden fungerer ikke til standardsvar.

Jo enklere spørgsmål, jo bedre. Spørg "Hvorfor?", "Hvad skete der?" og "Er det rigtigt forstået, at det, der skete, var X og Y? Og at det, du har brug for svar på, er Z?"

Hvis det er svært at undlade at give en forklaring, kan man med fordel pakke den ind i et spørgsmål, så brugerne selv kan vælge, om de vil have den. Man kan for eksempel skrive: "Vil det være nyttigt, hvis jeg fortæller, hvorfor vi har valgt at flytte programmet til en anden dag?"

Mange vrede brugere ønsker ikke en forklaring; de ønsker, at du modtager deres historie. Og for at gøre det, skal man lytte - og lytte gøres bedst ved at stille spørgsmål.

Metode: Brug humor (når det giver mening)

Handler debatten om noget sjovt eller let, kan humor være et godt greb. Grundlæggende skal humor bruges, hvis det er i tråd med indholdet og dit medie. Er indholdet i den alvorlige ende, kan humoren ramme helt ved siden af.

Når man benytter humor som metode i sin moderation, er det altid enormt vigtigt at huske, at man ikke må grine af, være nedladende eller udstille brugeren.

Det ville havetraktor-kommentaren fra DR3 blive, hvis man havde påpeget, at Kurt jo altså ikke er målgruppen og dermed insinuere, at han ikke er velkommen i samtalen. Det gør kommentaren ikke. Den siger på en kærlig måde, at det faktisk måske slet ikke er målrettet én som Kurt - og så prikker den selvfølgelig lidt til hans alder ved at bruge Søren Ryge som reference.

beskæftige os med debat på eksempelvis sociale medier, er det nemt at komme til at bruge hovedparten af vores tid på håndtering af negative kommentarer.

Hvis man altid vælger at svare på de negative kommentarer, bliver man hurtigt den kedelige, løftede pegefinger, der kun er synlig, når der skal slukkes brande og ryddes op. I det er der en risiko for, at man som medie eller organisation kommer til at skabe og pleje det negative miljø, hvor brugeren får en oplevelse af, at kommentarsporet altid er et skod sted at være.

Derfor er det i moderationen vigtigt også at anerkende og vise brugerne, at konstruktiv debat, saglighed, gode argumenter og generel god stemning er vejen frem. Det kan gøres uden at tage parti og vælge side i debatten.

Fortæl brugerne, når du sætter pris på deres tid og interaktion. Det kan gøres helt enkelt ved at give et like men kan også foregå ved eksplicit at fortælle dem, at man oprigtigt sætter pris på, at de har taget sig tid til at skrive en kommentar og deltage i debatten. Alle er glade for at blive anerkendt for en god indsats, og mange brugere kan motiveres yderligere til at hjælpe med at holde vågent øje i jeres debatter.

Giv et like

Noget så simpelt som et like til en positiv, velskrevet, sjov kommentar fra dit medie kan være med til at signalere, hvilken stemning du vil skabe for brugerne. Fremhæv en kommentar, som du mener, er repræsentativ for den samtale, I ønsker i kommentarsporet.

Et positivt og rosende svar til en bruger kan hurtigt sætte rammen for, hvordan andre i debatten skal agere. Den vil samtidig ofte få en høj placering i en tråd, hvis det foregår på Facebook.

I de bedste tilfælde gør den indsats brugerne til ambassadører for en konstruktiv debat, hvor de holder hinanden på sporet og inden for reglerne.



Kurt Det er jo total håbløs. Er det der vi betaler licens til?



DR3 Bare rolig, Kurt. Lige præcis din licens går til Søren Ryges havetraktor. // Julie, DR3



Giv et like til konstruktiv debat

Moderation har en typisk faldgrube, vi skal være opmærksomme på. Når vi går i gang med at

Men hvad så med kommentarfelterne, hvor de kortfattede og ikke så velargumenterede holdninger dominerer?

Her kan det hjælpe at tænke, at din rolle svarer til ordstyrerens rolle til debatten i forsamlingshuset: Du skal ikke selv debattere, men du kan præge debatten i en retning, hvor du får parterne til at komme med deres bedste argumenter og får dem til at forholde sig til andre brugere, der mener det modsatte.

Når brugeren for eksempel skriver en kort, vred kommentar uden egentlig at argumentere, kan du svare:

Hej Jytte. Tak for din kommentar. Har du lyst til at uddybe, hvorfor du tænker sådan om forslaget?

Sommetider kan du - ligesom den dygtige ordstyrer i forsamlingshuset - præsentere en debattør for det, andre debattører har sagt og på den måde udfordre brugeren til at kvalificere sin holdning. For eksempel:

Hej John. Jeg kan se, at andre i kommentarfeltet mener, at man blot flytter problemet, hvis man bortviser eleverne fra skolen. Hvad tænker du om det argument?

Sommetider vil du opleve, at debatten i kommentarfeltet bliver domineret af ytringer, der baserer sig på information, der ganske enkelt er faktisk forkert.

Hvis du ønsker en sund, konstruktiv debat, kan det derfor være umagen værd at italesætte det direkte og selv bidrage med korrekte oplysninger. For eksempel ved at skrive det korrekte direkte i kommentarfeltet eller linke til en artikel, hvor brugeren kan finde informationen. Kunsten er dog at gøre det på en respektfuld måde, så brugere, der i god tro skriver noget forkert, ikke føler sig hængt ud.

Hvilke emner egner sig til debat?

Du opnår for alvor interessante resultater med debatter, hvis du er helt skarp på, hvad du vil med den, før du sætter den i gang. Overvej ganske enkelt, hvad emnet kan debatmæssigt.

Radio24syv udvælger eksempelvis deres daglige debatter meget nøje efter et ønske om at dele historier med nyhedsværdi, hvor der kan komme

forskellige holdninger på banen, og brugerne kan få lov til at være uenige. På TV2 ØSTJYLLAND er erfaringen, at selv sprængfarlige emner som pædofili, indvandring og kropsidealer kan sættes til debat, hvis publiceringen er grundigt forberedt. Som udgangspunkt er tilgangen her, at alle emner skal kunne sættes til debat på Facebook, men det er vigtigt at have for øje, hvad formålet med opslaget er - og det er vigtigt at have ressourcer til at facilitere samtalerne og kvalificere debatterne.

Flere medier gør sig også overvejelser omkring sårbare kilder, der ikke nødvendigvis kan tåle at blive debattema på sociale medier. Her kan det være en hjælp at vurdere, om der er tale om en professionel kilde, der ved, hvordan kommentarfelter kan fungere.

Det kan være relevant at forberede sårbare kilder på, at deres historie kan frembringe mange reaktioner, ligesom det kan være praktisk at give kilden en kontakt til den medarbejder, der har ansvaret for at moderere, hvis kilden for eksempel føler, at en debat går over stregen eller har spørgsmål til en debat.

Sådan forbereder du dig

1. Tænk igennem, hvad formålet med din debat er. Er det at generere mange delinger eller tags på sociale medier? Mange reaktioner? Mange kommentarer? Det er vigtigt at tage stilling til på forhånd. Hvert formål kan for så vidt være legitimt, men hvis du vil have et konstruktivt kommentarspor, bør du overveje, hvordan du bedst muligt får det fra start.
2. Det, du giver, får du tilbage. Derfor skal du nøje overveje, hvordan du vinkler dit opslag. Det kan være en god idé at tage brodden af historier, der tydeligt har potentiale til at eksplodere, ved at anti-clickbaite og præsentere nuancer i opslagsteksten.
3. Sørg for at have forberedt en Q&A. Det er ofte nemt at forudsige, hvad de typiske spørgsmål kunne være. Ofte vil mange af svarene være at finde i den artikel, du linker til, men mange læser kun overskriften.
4. Tænk kommentarsporet som et stykke selvstændig formidling: Du kan sagtens krydre kommentarsporet med baggrund, links til andre medier og undersøgelser, som ikke nødvendigvis er med i den artikel eller video, du har postet. Undgå formuleringer som "Som der står i artiklen" - skriv hellere igen, hvad der står, så brugere kan forholde sig til indholdet uden at skulle skifte platform.
5. Vis, at du er til stede i kommentarsporet. Det er vigtigt at være med helt fra begyndelsen. Brug nogle af de andre tips fra guiden om for eksempel anerkendelse af konstruktiv debat.

De fem guidelines for onlinedebat

Har du lyst til at være med til at tage ansvar for feedet? Så overvej, om du skal arbejde efter de fem grundprincipper her. På den måde kan flere medier og organisationer arbejde efter samme standard.

REGLER. Formulér synlige og klare regler for debatten og giv adgang til at klage over indlæg.

FORMÅL. Overvej hvilke historier, der egner sig til debat, og hvilket formål debatten tjener.

FILTER. Benyt programmer og filtre, der kan lette moderation.

DELTAGELSE. Overvej om journalister og redaktører skal tage del i debatten for at holde den på sporet og berige den med fakta.

RESSOURCER. Sørg for at styrke moderationen, når emnet er særligt engagerende debatstof. Hav ikke flere debattråde, end redaktionen har ressourcer til at følge og moderere.

Meld dig gerne ind i Facebook-gruppen **Ansvar for feedet** og deltag i den løbende vidensdeling.