

## EP-valgkamp på Facebook - April 2024

Birkbak, Andreas; Blach-Ørsten, Mark; Mahnke, Martina Skrubbeltrang

DOI:  
[10.5281/zenodo.11124742](https://doi.org/10.5281/zenodo.11124742)

Publication date:  
2024

Document Version  
Også kaldet Forlagets PDF

Citation for published version (APA):  
Birkbak, A., Blach-Ørsten, M., & Mahnke, M. S. (2024). *EP-valgkamp på Facebook - April 2024*. Roskilde Universitet. Digital Media Lab Reports Bind 1 Nr. 4 <https://doi.org/10.5281/zenodo.11124742>

### General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain.
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal.

### Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact [rucforsk@kb.dk](mailto:rucforsk@kb.dk) providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Digital Media Lab Reports Vol. 1, No. 4.

# EP-valgkamp på Facebook

April 2024



**Digital  
MediaLab**  
Roskilde University

*EP-valgkamp på Facebook - April 2024*

af Andreas Birkbak, Mark Blach-Ørsten og Martina Skrubbeltrang Mahnke

Digital Media Lab Reports Vol. 1, No. 4.

DOI: 10.5281/zenodo.11124743

Udgivet digitalt maj 2024

© Forfatterne og Digital Media Lab

Kontakt:

Andreas Birkbak ([andreasbi@ruc.dk](mailto:andreasbi@ruc.dk))

Mark Blach-Ørsten ([oersten@ruc.dk](mailto:oersten@ruc.dk))

Martina Skrubbeltrang Mahnke ([mahnke@ruc.dk](mailto:mahnke@ruc.dk))

**Digital Media Lab**

<https://digitalmedialab.ruc.dk/>

[digitalmedialab@ruc.dk](mailto:digitalmedialab@ruc.dk)

Roskilde Universitet

Institut for Kommunikation og Humanistisk Videnskab

Universitetsvej 1

DK-4000 Roskilde

Danmark

Forsidebilledet er AI-genereret (DALL-E) til denne rapportserie.

## Introduktion

Digital Media Lab på Roskilde Universitet er et samlingssted for forskere og studerende med interesse for digitale metoder til brug i forskning såvel som undervisning. I forbindelse med det kommende valg til Europa-Parlamentet, der i Danmark finder sted søndag den 9. juni, har labbet iværksat en indsamling af spidskandidaternes aktiviteter på Facebook. Formålet er at bidrage til debatten om det kommende EP-valg med månedlige analyser af valgkampen, som den udspiller sig på Danmarks mest anvendte sociale medie, Facebook (Schrøder, Blach-Ørsten & Eberholst, 2023). Valg til Europa-Parlamentet betegnes i forskningslitteraturen som et 'anden-ordensvalg' set i forhold til nationale valg (Aagaard & Blach-Ørsten, 2018). Det betyder, at valg til Europa-Parlamentet typisk bliver dækket langt mindre i de traditionelle nyhedsmedierne end valg til folketinget. Af denne årsag kan sociale medier være en vigtig platform for spidskandidaterne til EP-valget, både i forhold til at skabe opmærksomhed hos vælgerne, men også i forhold til at skabe opmærksomhed hos de traditionelle nyhedsmedier. Denne fjerde rapport dækker april 2024. Data stammer fra Metas eget værktøj Crowdtangle.

## Spidskandidaterne: Hvem er de og hvem er på Facebook?

Af de 11 spidskandidater er det ikke alle, der er aktive på Facebook. Således har hverken Jan Kristoffersen (Å) eller Per Clausen (Ø) en side dedikeret til deres politiske aktiviteter, men 'blot' en personlig side. Denne analyse omfatter kun de 9 ud af 11 kandidater, der har oprettet en politikerside. Martin Henriksen (NB) er også valgt fra, da hans kandidatur for tiden overskygges af Nye Borgerliges interne proces. Disse 9 spidskandidater er med:

- **Socialistisk Folkeparti:** Kira Marie Peter-Hansen
- **Radikale Venstre:** Sigrid Friis Frederiksen
- **Socialdemokratiet:** Christel Schaldemose
- **Moderaterne:** Stine Bosse
- **Venstre:** Morten Løkkegaard
- **Det Konservative Folkeparti:** Niels Flemming Hansen
- **Dansk Folkeparti:** Anders Vistisen
- **Danmarksdemokraterne:** Kristoffer Hjort Storm
- **Liberal Alliance:** Henrik Dahl

## Spidskandidaterne: Hvor aktive er de?

Dette er den fjerde rapport om spidskandidaternes aktivitet på Facebook. De tre tidligere rapporter har alle fremhævet store forskelle mellem Anders Vistisen (DF) og samtlige af de andre kandidater. Denne fjerde rapport fortsætter ufortrødent i samme spor. Som det fremgår af tabellen nedenfor, er der således fortsat meget klare forskelle på, hvor aktive de forskellige kandidater er. Igen i april måned ligger Anders Vistisen (DF) klart i top, mens Stine Bosse (M) har overladt andenpladsen fra sidste måneds rapport til Kira Marie Peter-Hansen (F). Anders Vistisen (DF) har fortsat den meget høje aktivitet fra sidste måneds analyse. Han har i april måned postet 92 opslag, mens hans aktivitet i marts måned var 57 opslag. Kira Marie Peter-Hansen har postet 25 opslag i april måned, mens hun i marts måned kun postede 14 opslag. De kendte og erfarne kandidater Morten Løkkegaard (V) og Christel Schaldemose (A) ligger som i de andre måneder fortsat lavt i tabellen, mens Sigrig Friis (B) gentager sidstepladsen fra marts måned igen i denne måned. Med lidt over en måned til valget ligger alle kandidater på nær Anders Vistisen med en aktivitet på mindre end et opslag pr. dag.

**Tabel 1**

Politiker	Antal opslag i april	Antal opslag per dag
Anders Vistisen (DF)	92	3,17
Kira Marie Peter-Hansen (F)	25	0,86
Niels Flemming Hansen (C)	20	0,69
Henrik Dahl (LA)	18	0,62
Morten Løkkegaard (V)	18	0,62
Christel Schaldemose (A)	13	0,45
Stine Bosse (M)	11	0,38
Kristoffer Storm (Æ)	11	0,38
Sigrig Friis (B)	7	0,24

## Spidskandidaterne: Hvor mange følgere har de?

Som det fremgår af tabel 2, er der også fortsat stor forskel på antallet af følgere. I april måned har Anders Vistisen (DF) øget sit antal af følgere med næsten 6 procent, mens Stine Bosse (M), trods lav aktivitet, har øget sit antal af følgere med lidt mere end 13 procent. Ligeledes har Sigrig Friis (B) trods lav aktivitet oplevet en stigning i antallet af følgere på lidt mere end 5 pct.

**Tabel 2**

Politiker	Antal følgere	Ændring i april
Anders Vistisen (DF)	40060	5,87%
Henrik Dahl (LA)	27238	0,19%
Morten Løkkegaard (V)	18354	-0,01%
Christel Schaldemose (A)	13336	0,15%
Kira Marie Peter-Hansen (F)	10543	0,55%
Niels Flemming Hansen (C)	4008	0,7%
Kristoffer Storm (Æ)	2520	2,69%
Stine Bosse (M)	2063	13,35%
Sigrid Friis (B)	924	5,48%

### Spidskandidaterne: Hvor meget respons får de?

Anders Vistisen (DF) ligger i april måned fortsat klart i top, når det drejer sig om antallet af interaktioner. Det gjorde han også i de to seneste rapporter. I februar var antallet af interaktioner således 43.265, mens tallet i marts var 63.841 interaktioner. I april er dette tal steget til 134.019 interaktioner. Til dette skal igen bemærkes, at en nylig artikel på Altinget viste, at Vistisen i 2023 klart var den politiker i Danmark, der brugte fleste penge på Facebook<sup>1</sup>. En aktivitet, der efter artiklens oplysninger, er fortsat i 2024. De mange interaktioner er således ikke 'gratis,' og skal således stadig ses som resultatet af en målrettet kampagne, der kombinerer en høj grad af aktivitet med en høj grad af finansiering. Henrik Dahl (LA) ligger igen på andenpladsen med en klar stigning fra 4.827 interaktioner i marts til 15.578 interaktioner i april. På tredjepladsen ligger Stine Bosse, der i sidste måned lå nr. 2 med 14.018 interaktioner, men som i april er nede på 6.867 interaktioner.

**Tabel 3**

Politiker	Antal interaktioner (like, kommentar, deling)
Anders Vistisen (DF)	134019
Henrik Dahl (LA)	15578
Stine Bosse (M)	6867
Kira Marie Peter-Hansen (F)	2636
Morten Løkkegaard (V)	2231
Kristoffer Storm (Æ)	2219
Niels Flemming Hansen (C)	2145
Christel Schaldemose (A)	2107
Sigrid Friis (B)	641

## Spidskandidaterne: Hvilken slags posts laver de?

Ved analyser af sociale medier antages det, at foto og video har bedre chancer for at blive delt og liket end tekst. Dette tilskrives oftest algoritmernes indbyggede præferencer for engagerende typer af posts. Tabel 4 viser, at spidskandidaterne overordnet set sjældent poster uden brug af foto. Til gengæld viser tabellen også, at i april er det fortsat kun fire kandidater, der har postet egen video. Helt i top ligger Anders Vistisen (DF), der har postet 16 videoer i april måned mod syv i marts måned. Dernæst følger Kira Marie Peter-Hansen (F), Morten Løkkegaard (V) og Stine Bosse (M) med hver en enkelt video.

**Tabel 4**

Politiker	Posts i alt	Foto	Link	Tekst	Egen video	Delt video
Anders Vistisen	92	27	0	49	16	0
Kira Marie Peter-Hansen	25	23	0	1	1	0
Niels Flemming Hansen	20	20	0	0	0	0
Henrik Dahl	18	18	0	0	0	0
Morten Løkkegaard	18	17	0	0	1	0
Christel Schaldemose	13	13	0	0	0	0
Stine Bosse	11	9	0	0	1	0
Kristoffer Storm	11	6	0	5	0	0
Sigrid Friis	7	7	0	0	0	0

## Spidskandidaterne: Hvad poster de om?

Ligesom i de sidste to rapporter er nedenstående tabel genereret med ChatGPT-4 og præsenterer resultatet af en kvantitativ indholdsanalyse af de forskellige politikeres opslag på Facebook. For at sikre sammenlignelighed med de tidligere undersøgelser, har vi brugt samme emnekategorier som benyttet i de foregående to rapporter. Baseret på disse kategorier har vi bedt ChatGPT-4 om at udarbejde en mere omfattende liste over nøgleord. Efter en analyse af 50 eksempler fra datasættet blev hvert tema beskrevet med flere nøgleord. For eksempel blev temaet "miljø" karakteriseret ved nøgleord som miljø, klima, natur, bæredygtighed, forurening, energi, CO2 og grøn.

**Tabel 5**

Politiker	Sundhed	Uddannelse	Integration	Økonomi	Miljø og klima
Anders Vistisen	1	2	12	2	5
Christel Schaldemose	0	2	3	1	2
Henrik Dahl	0	2	4	5	3
Kira Marie Peter-Hansen	0	1	0	1	11
Kristoffer Storm	0	0	4	0	1
Morten Løkkegaard	0	0	1	1	5
Niels Flemming Hansen	1	2	3	3	5
Sigrid Friis	0	0	0	1	2
Stine Bosse	0	2	2	4	3
<b>Total</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>29</b>	<b>18</b>	<b>37</b>

Resultaterne viser, at "miljø" er det mest diskuterede emne blandt politikerne med i alt 37 opslag, efterfulgt af "integration" med 29 opslag, "økonomi" med 18 opslag, "uddannelse" med 11 opslag, og "sundhed" med 2 opslag. Disse tal indikerer en betydelig interesse og engagement i miljø- og integrationsproblematikker, mens sundhedsrelaterede emner synes mindre fremtrædende i denne periode. I alt postede spidskandidaterne 215 opslag i april måned, men kun 65 af disse indgik i analysen. De resterende opslag tilhørte andre kategorier eller blev ikke opfanget af AI-analysen. Kira Marie Peter-Hansen, Niels Flemming Hansen og Morten Løkkegaard fremstår som særligt aktive i debatten om miljø, hvilket afspejles i deres hyppige opslag om bæredygtighed og grøn omstilling. Denne tendens viser politikernes bestræbelser på at adressere klimaforandringer og miljøbeskyttelse, som er vigtige spørgsmål for den danske vælgerskare.

Miljødebatten er tæt tilknyttet til teknologidebatten. Politikere som Kira Marie Peter-Hansen fremhæver behovet for investeringer i grøn teknologi for at bekæmpe klimaforandringer og sikre en bæredygtig fremtid. I et af hendes opslag siger hun: "Det er alt for dyrt at ignorere klimaforandringerne. Vi skal investere i grøn teknologi nu, for at sikre en bæredygtig fremtid for vores børn og børnebørn." I flere opslag bliver der fremhævet et optimistisk syn på teknologiens rolle i miljøbeskyttelse. Det er dog vigtigt at bemærke, at denne teknologi ikke er uden miljømæssige omkostninger. Kritikere har påpeget, at selv såkaldte "grønne" teknologier kræver betydelige ressourcer til fremstilling og drift, hvilket kan medføre yderligere miljøbelastninger<sup>ii</sup>.



## Litteraturliste

Schrøder, K., Blach-Ørsten, M., & Eberholst, M. K. (2023). *Danskernes brug af nyhedsmedier 2023*. Center for Nyhedsforskning, Roskilde Universitet. Danskernes brug af nyhedsmedier

Aagaard, P., & Ørsten, M. (2018). *Politisk kommunikation: Nye tider og nye aktører*. Hans Reitzels Forlag.

---

<sup>i</sup> <https://www.altinget.dk/eu/artikel/%C3%A9n-dfer-har-brugt-flere-penge-paa-facebook-reklamer-end-nogen-anden-i-dansk-politik-vi-har-satset-hele-butikken>

<sup>ii</sup> <https://borsen.dk/nyheder/opinion/ai-sviner-med-co2-men-skal-vaere-med-til-reducere-klimakatastrofen>