



MEDIETENDENSER SET FRA ET BRUGERPERSPEKTIV

**SOCIAL MEDIA MANAGEREN, 2025
LENE HEISELBERG**

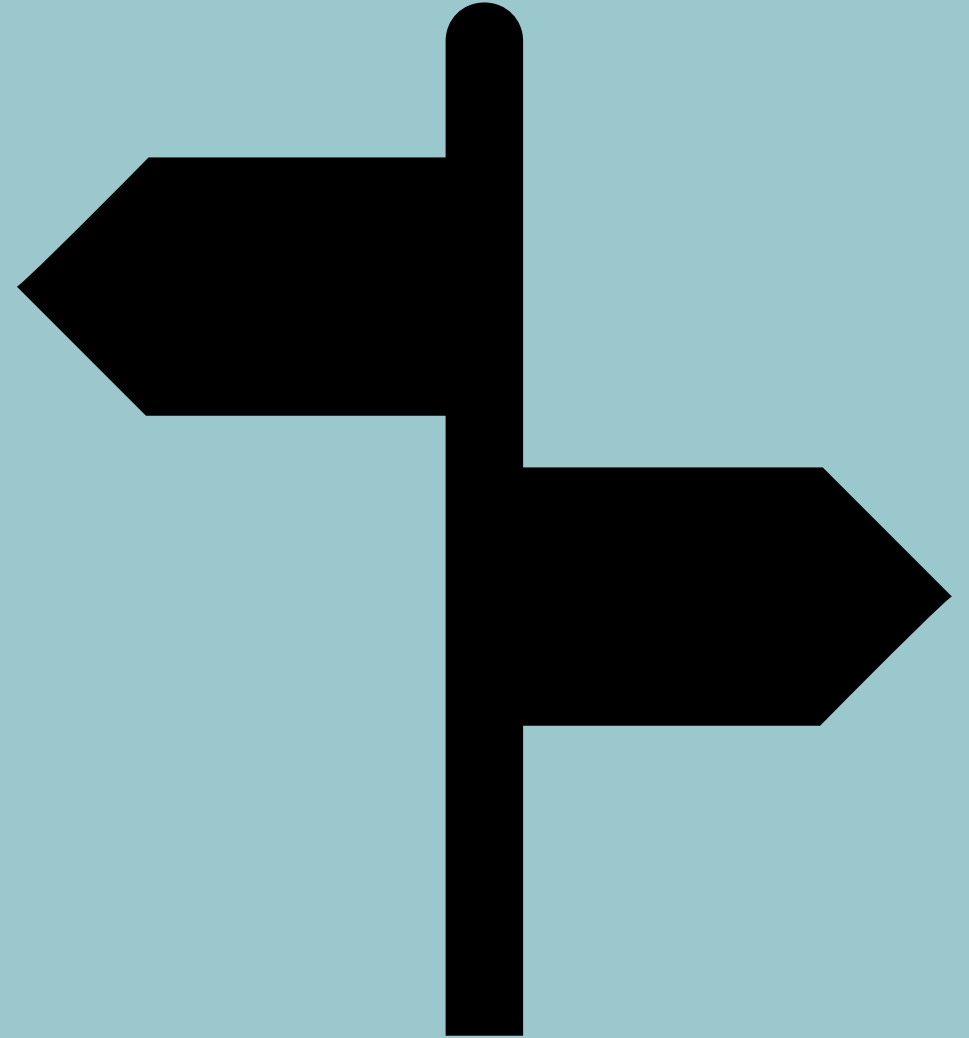
Hvem er jeg

- Medieforsker
- Brugernes behov i centrum
- Center for Journalistik, SDU og DR Medieforskning
- Radio- og TV-nævnet
- Forperson for Kulturministeriets undersøgelse af TV 2 regioner
- Selvstændig konsulent

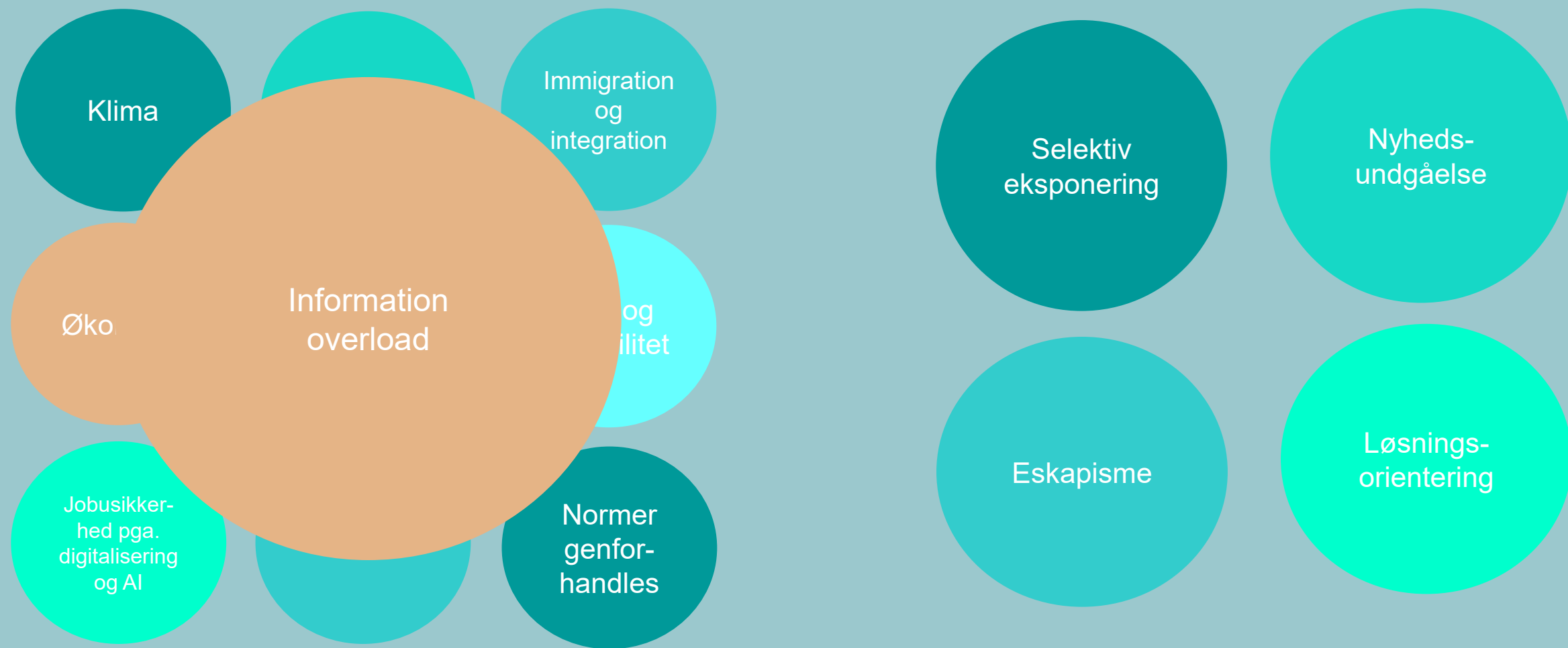


Agenda

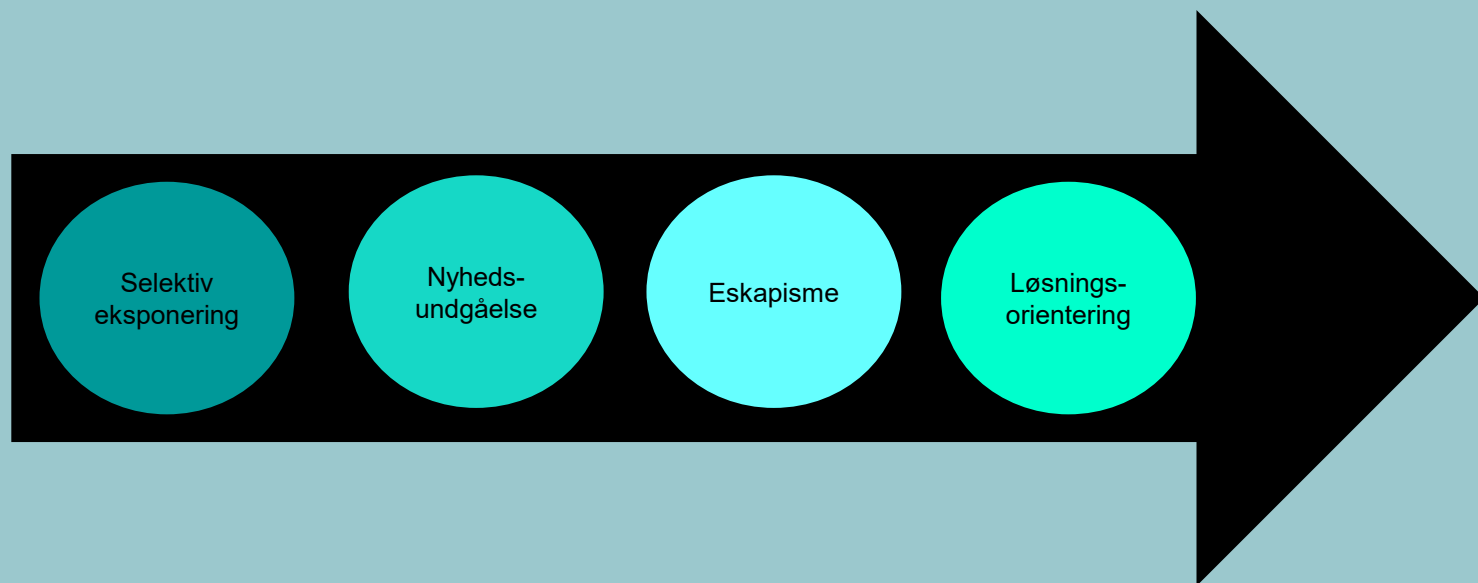
1. Et overblik: Danskernes bekymringer smitter af på medievaner
2. Vigtige medietendenser set fra et brugerperspektiv
3. Bud på nøgleord for fremtidens mediebrug



Bekymringer smitter af på medievaner



Vigtige medietendenser

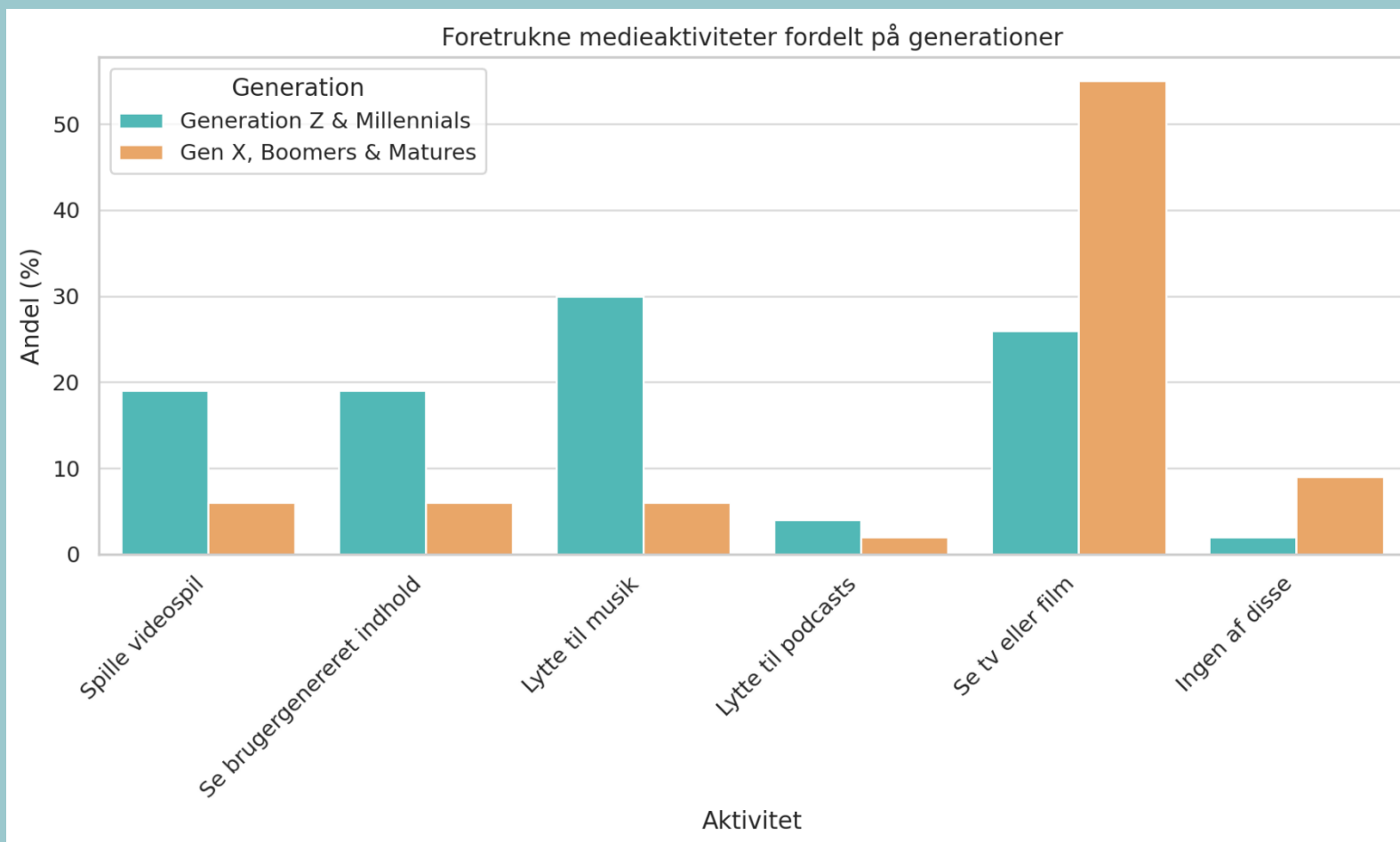


- Gaming og phygital
- Medieret intimitet
- Personalisering på speed
- Mental selvpleje
- Diversitet og inklusivitet
- Misinformation

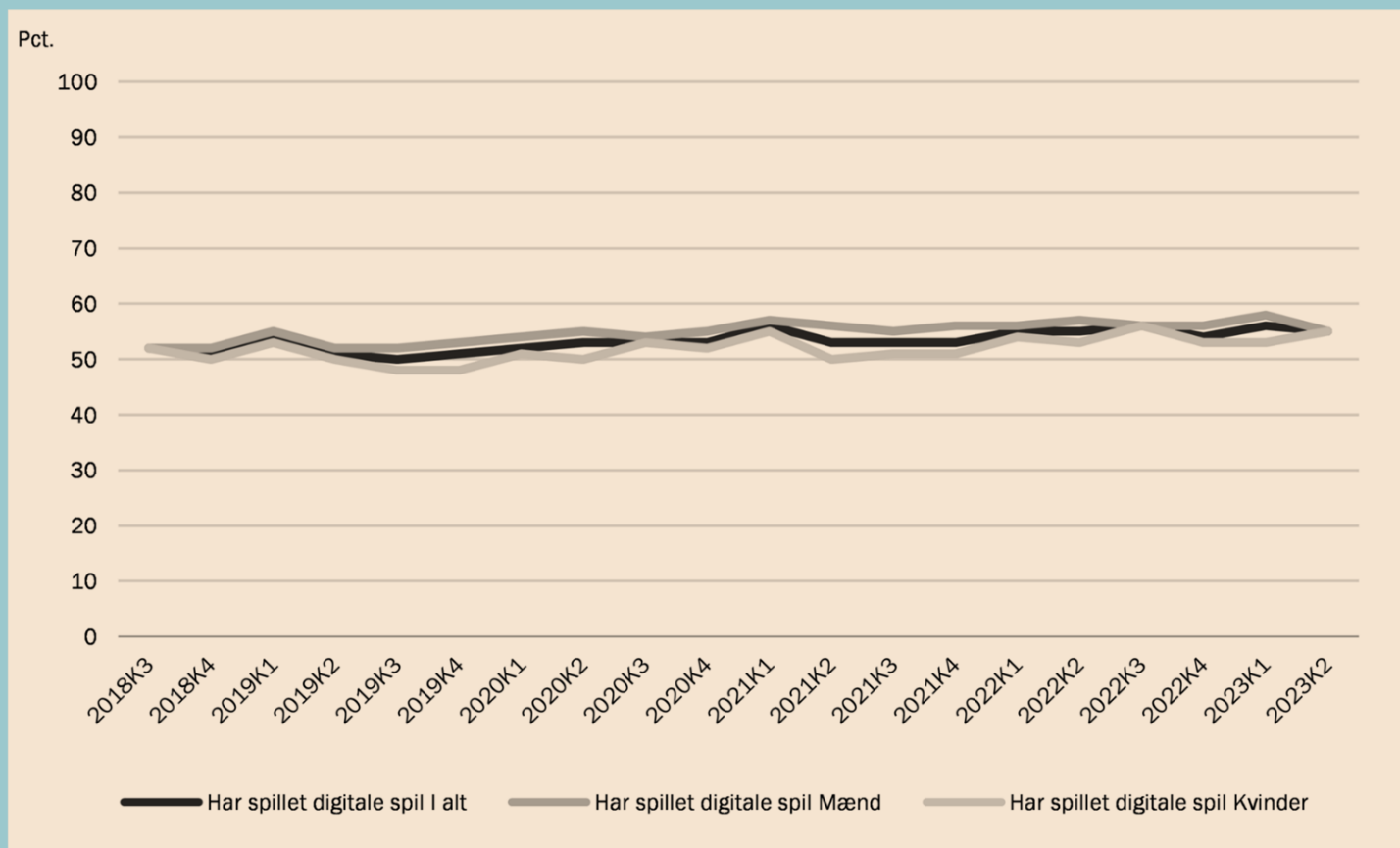


Gaming og phygital

Yngre generationer foretrækker musik, gaming og UGC, ældre tv og film



Gaming (digitale spil) er ikke længere en kønnet praksis



Gaming er ikke længere en niche eller en subkultur

Gaming kan skabe fælles oplevelser, hvor brugere mødes om det samme indhold – på samme tid, samme sted.

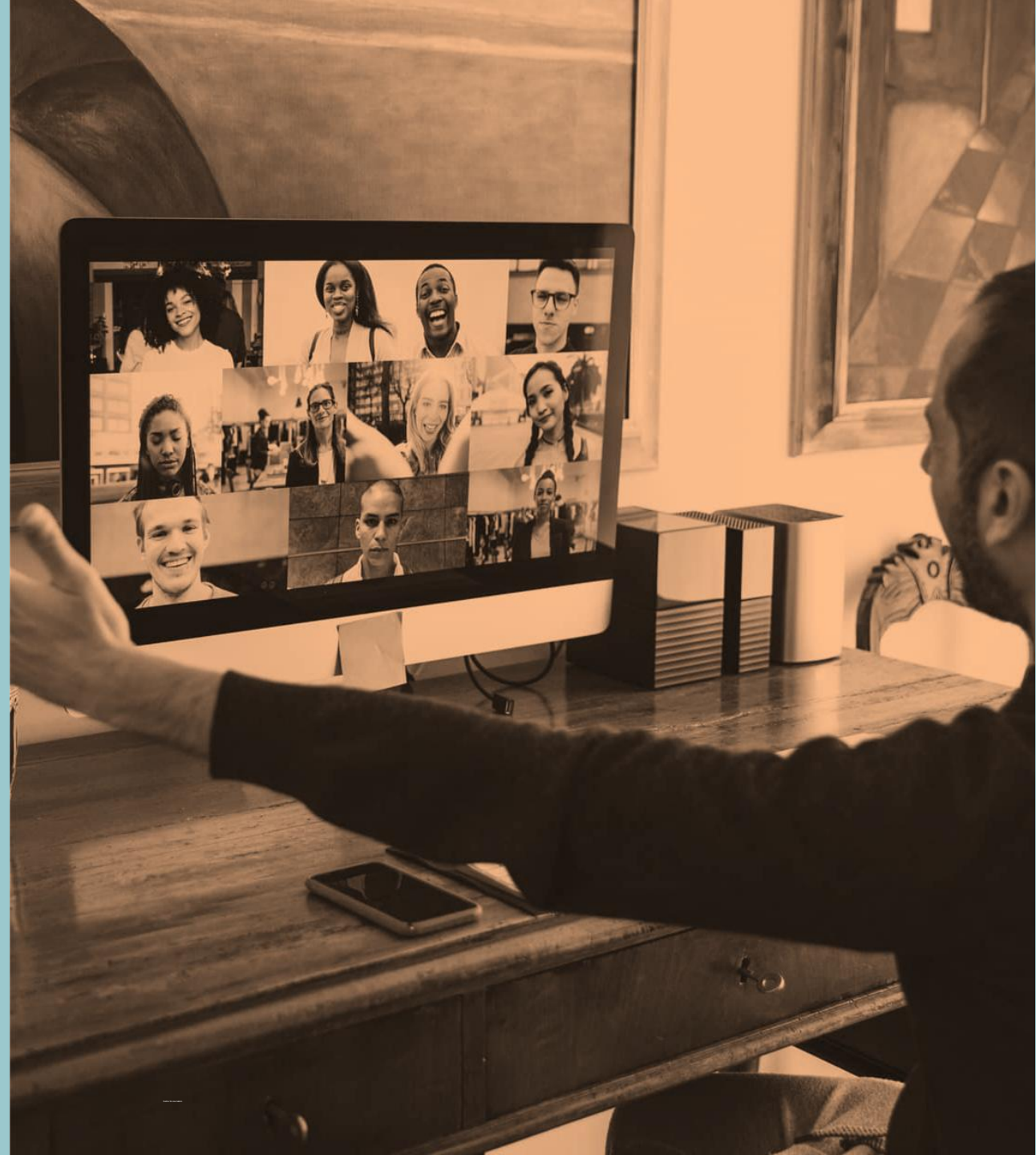
Gaming

- Smartphonen er det mest brugte gaming device, ikke gaming-computer eller konsol
- Motivationen for at bruge tid på gaming hænger bl.a. sammen med mentalt helbred



Phygital

- Phygital = Physical + digital
- Fysisk og digital lige virkeligt og meningsfyldt
- Symbiose mellem fysisk og digitalt, dvs. phygital kombinerer fysiske oplevelser og digitale teknologier for at skabe en mere fordybet oplevelse.



Eksempel: Phygital fodbold



Vis denne video

<https://www.youtube.com/watch?v=GzRjxvEq8Bk&t=114s>

Eksempel: Phygital film - MyMetaStories

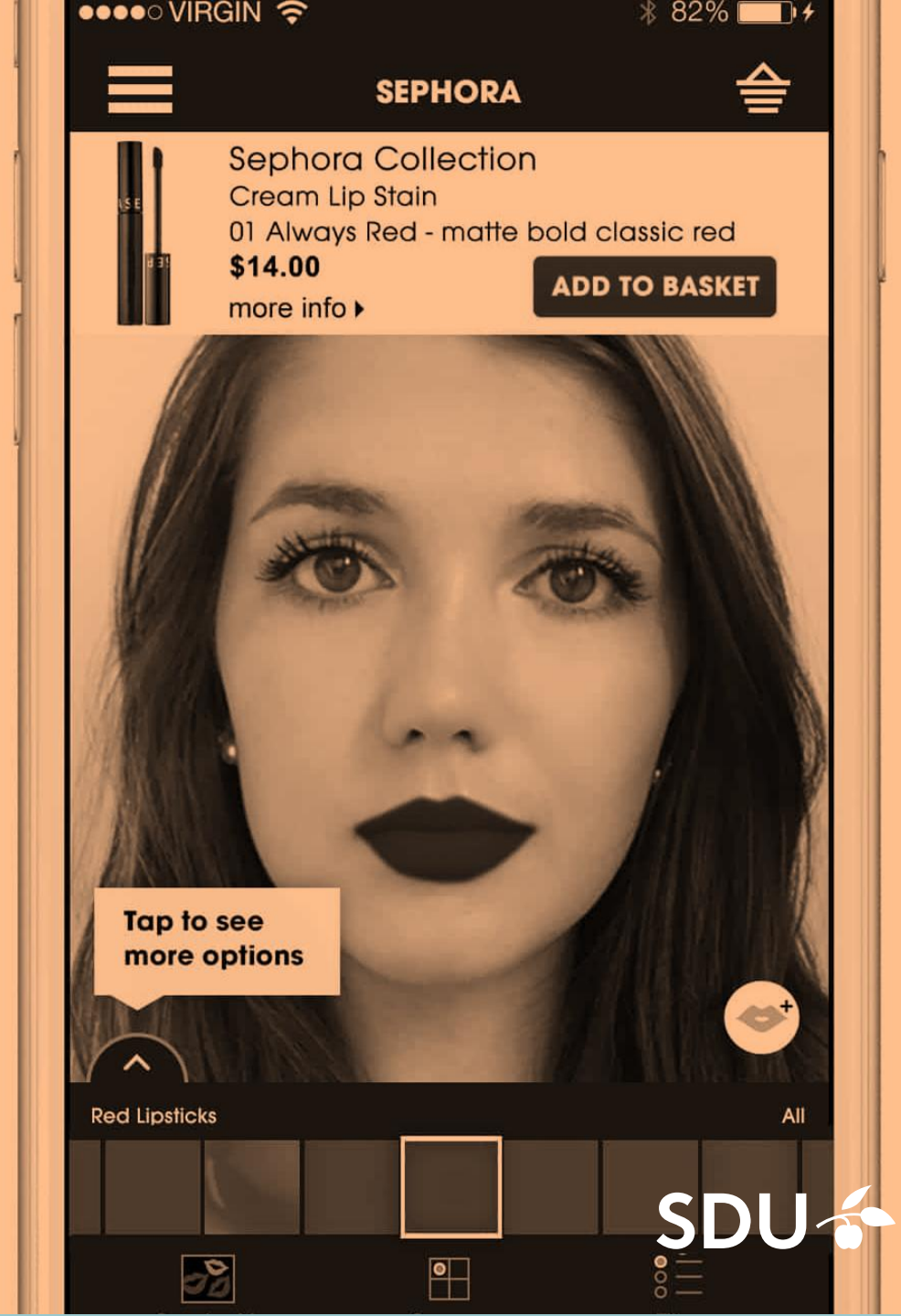


Europæisk
film fusioneret
med Minecraft

Nye
målgrupper til
biografilm

Eksempel: Phygital beauty

- Sephora visual artist app
- Tag et billed og prøv de forskellige farver
- Pocket Contour hjælper forbrugerne med at identificere deres ansigtsform og tilbyder vejledning i, hvordan man bedst bruger make-up til den form





**SoMe og BGI skaber
nye forventninger**

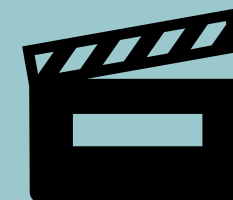
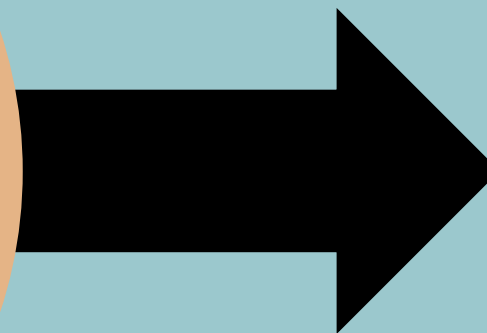
Brugergenereret indhold (BGI) på SoMe

- Det er gratis
- Det matcher interesser
- Det er let tilgængeligt
- Der er altid nyt indhold
- Det kombinerer underholdning, information og høj tillid
- Det holder os ajour med ting, der går viralt

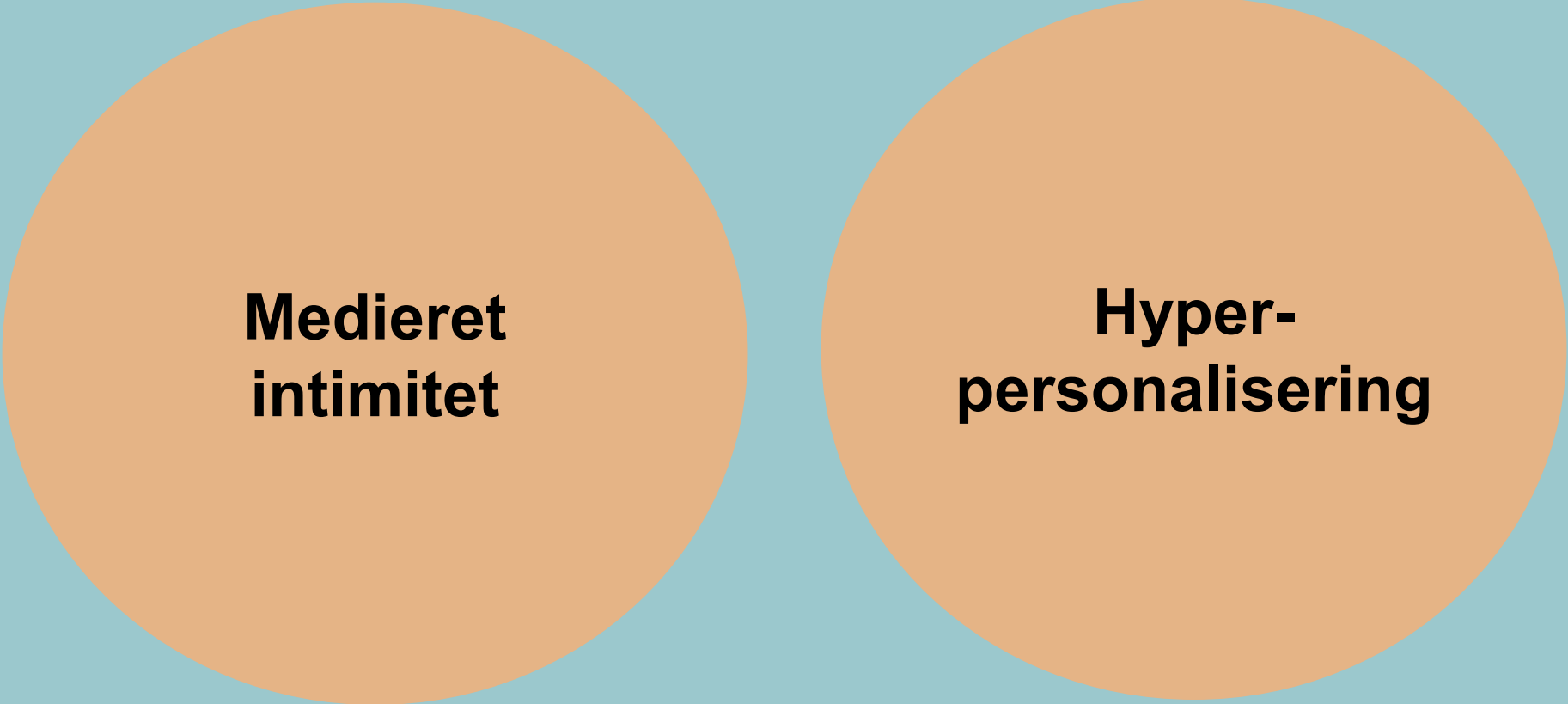


Centre for Journalism

**Ekstensiv brug af
BGI smitter af på
forventninger til
andre medier**



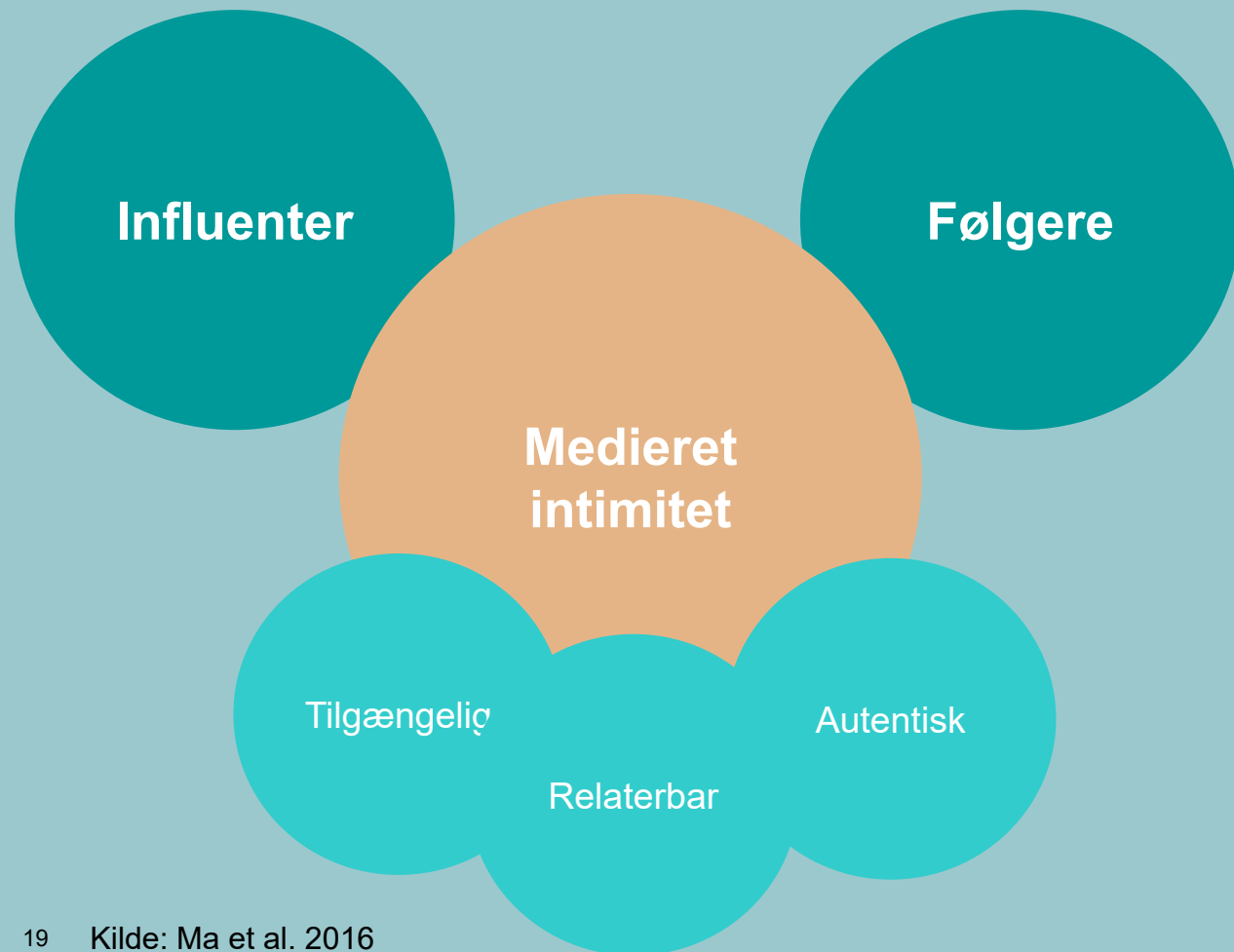
I BGI er to ting afgørende



**Medieret
intimitet**

**Hyper-
personalisering**

Medieret intimitet



Eksempel: Podcast-værter skal give noget af sig selv

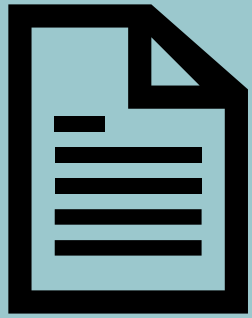


Personalisering på speed

- Stærk forventning om personalisering
- Vha. generativ AI kan indhold versioneres og målrettes endnu mere specifikt

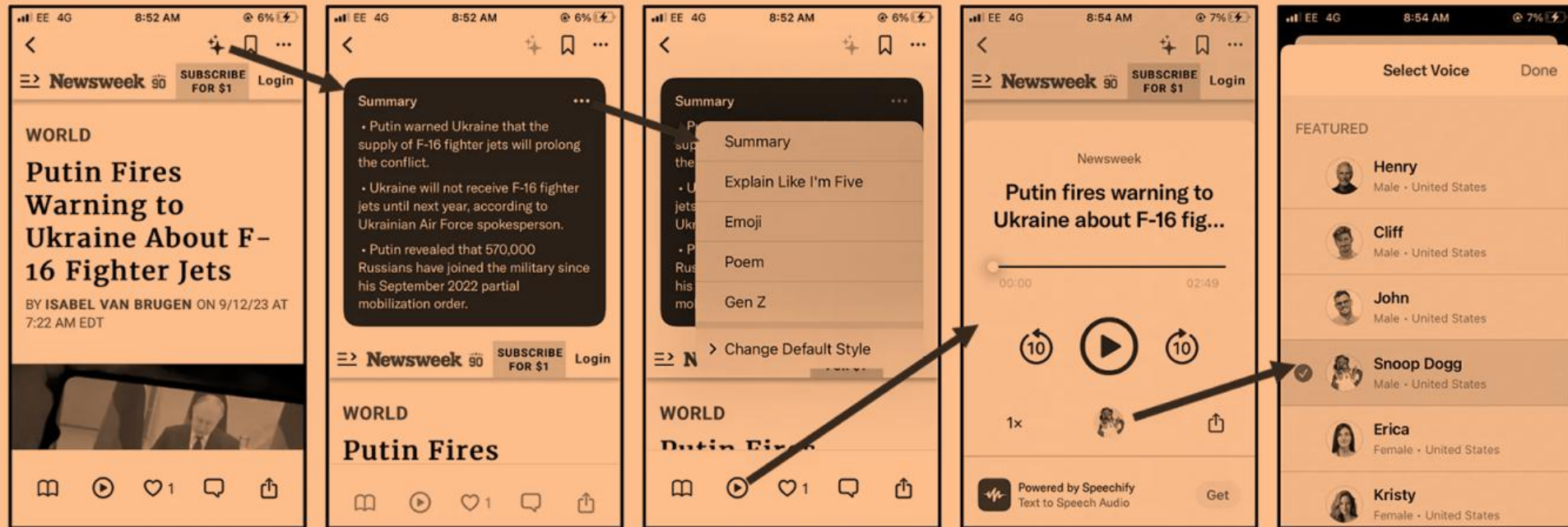


Personalisering på speed påvirker muligvis snart ønsket om frit valg af format



Eksempel: Artifact

* ARTIFACT



Eksempel: Brian Eno-dokumentar

- Dokumentar om Brian Eno, Cph:Dox
- Mange timers indhold
- Tre faste punkter i filmen (25% er altid det samme)
- Resten randomiseres, så der vil være hovedvægt på forskellige elementer



Et citat fra nyhedsbrevet Medietrends: Nyhedsbrev summarizer

”**AI-opsummeringer** har været et frivilligt tilvalg fra brugerens side, og når man klikkede på det, gled det diskret ind fra bunden af skærmen på mobilen eller ind i et sidepanel på desktop. **Men fremover bliver opsummeringerne standard og lægger sig automatisk som et card øverst, før du får mulighed for at læse selve din mail eller nyhedsbrev.**

Det skriver TechCrunch, som dog oplyser, at man kan vælge funktionen fra.

Uden at male fanden på væggen, er det svært ikke at se funktionen, som en **trussel mod nyhedsbreve**. Især den type nyhedsbreve, som giver hurtige overblik og som ikke er designet til at give store læseoplevelser.

Indtil videre udrulles den automatiske AI-opsummering kun på engelsksprogede mails. Men den “gamle” AI-opsummering, som du selv aktiverer, virker fint på dansk.”

AI vil påvirke brugernes forventninger

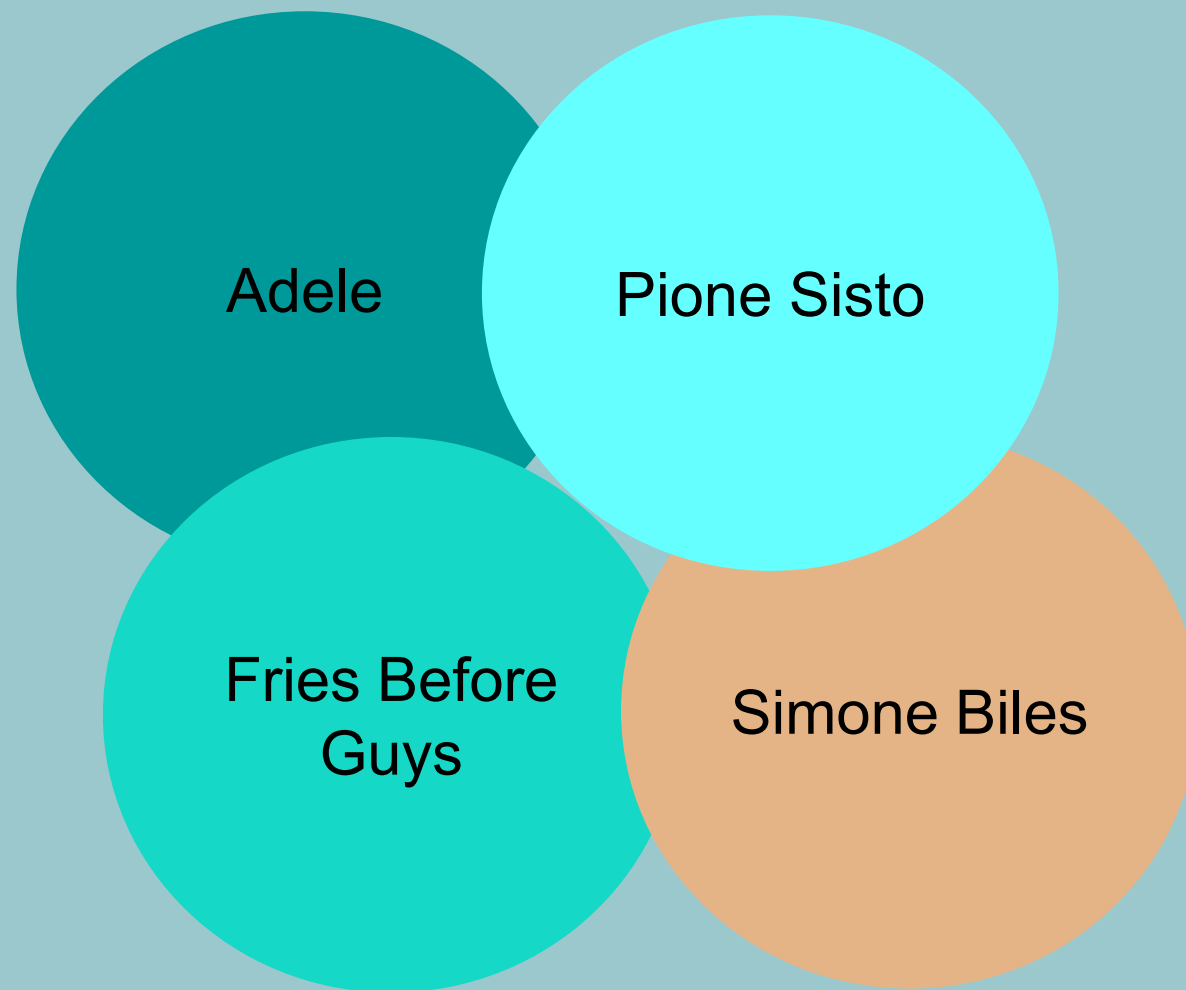
	MASSEMEDIER	PERSONALISEREREDE MEDIER	HYPER-PERSONALISEREREDE MEDIER
Produktion	Lang tid fra ide til publicering, strikse deadlines	Agil produktion, især hvis man udkommer på SoMe	Næsten samtidig produktion og publicering
Schedulering	Fast forudbestemt plan for indhold	Fleksibel plan, on-demand tilgang	Indhold produceres og leveres, når behovet er der i realtid
Længde	Standardformater	Varierede længder tilpasset indhold	Adaptiv, kan tilpasses den tid brugeren har til rådighed
Indhold	Begrænset kanal	Servicerer nichepublikum	Individuelt tilpasset indhold (interesse, tone, AI-vært)
Form	Standard Fx producere artikler	Form følger platform	Tilpasses aktuelt brugerbehov fx lyd eller happy ending. Fx producere partikler
Segmentering	Bred demografisk målretning	Personalisering: Data-drevet målretning	Tilpasning til individuelle brugerpræferencer
Opdagelse	Købe anden avis, programoversigt og kanalsurfing	Søgning, feed-algoritmer og anbefalinger	Prompt
Sprog	Dansk	Mulighed for oversættelse til enkelte sprog	Oversættelse til mange sprog i real-tid



Mental selvpleje

Mentalt helbred

- Stor udfordring for yngre danskere
- Aftabuisering
- Mental self-care: Søger ressourcer til at forbedre mental sundhed

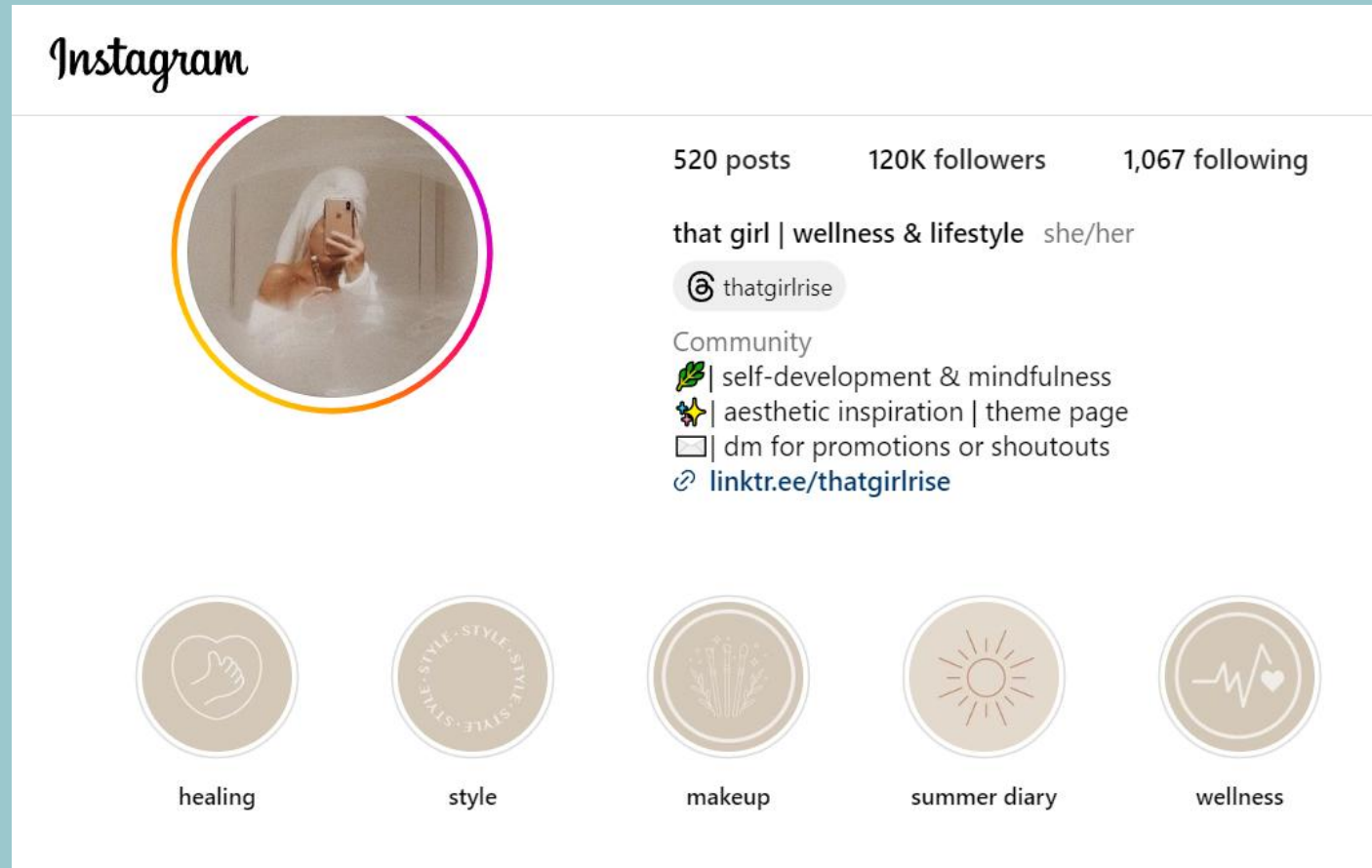


Eksempel: ASMR

- Autonomous sensory meridian response
- Følelse man får, når man ser stimulerende videoer, 'prikken', der løber gennem baghovedet og rygsøjlen + beroligende
- Lyden af fx hårbundsmassage og bløde penselstrøg.

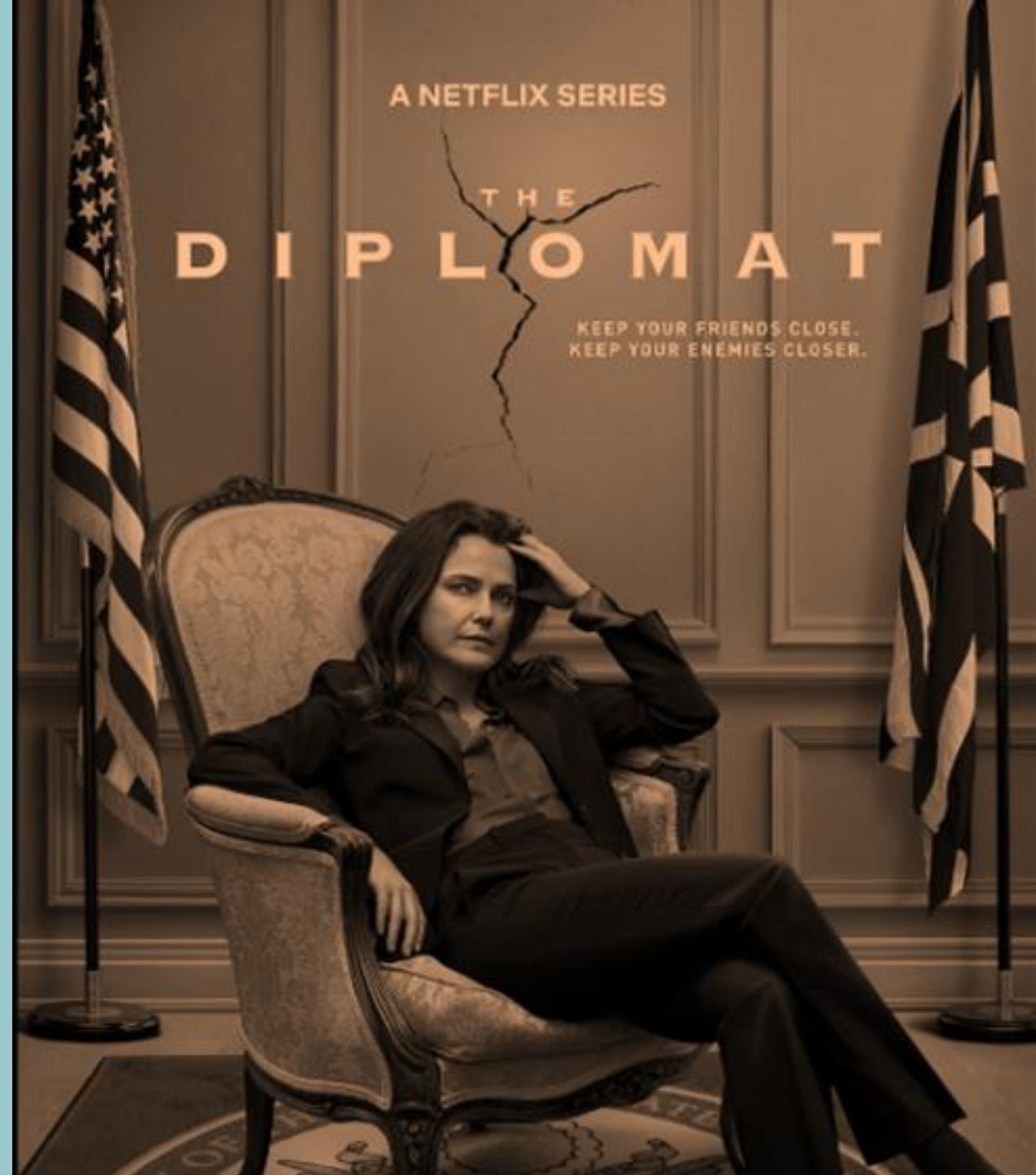


Eksempel: That girl



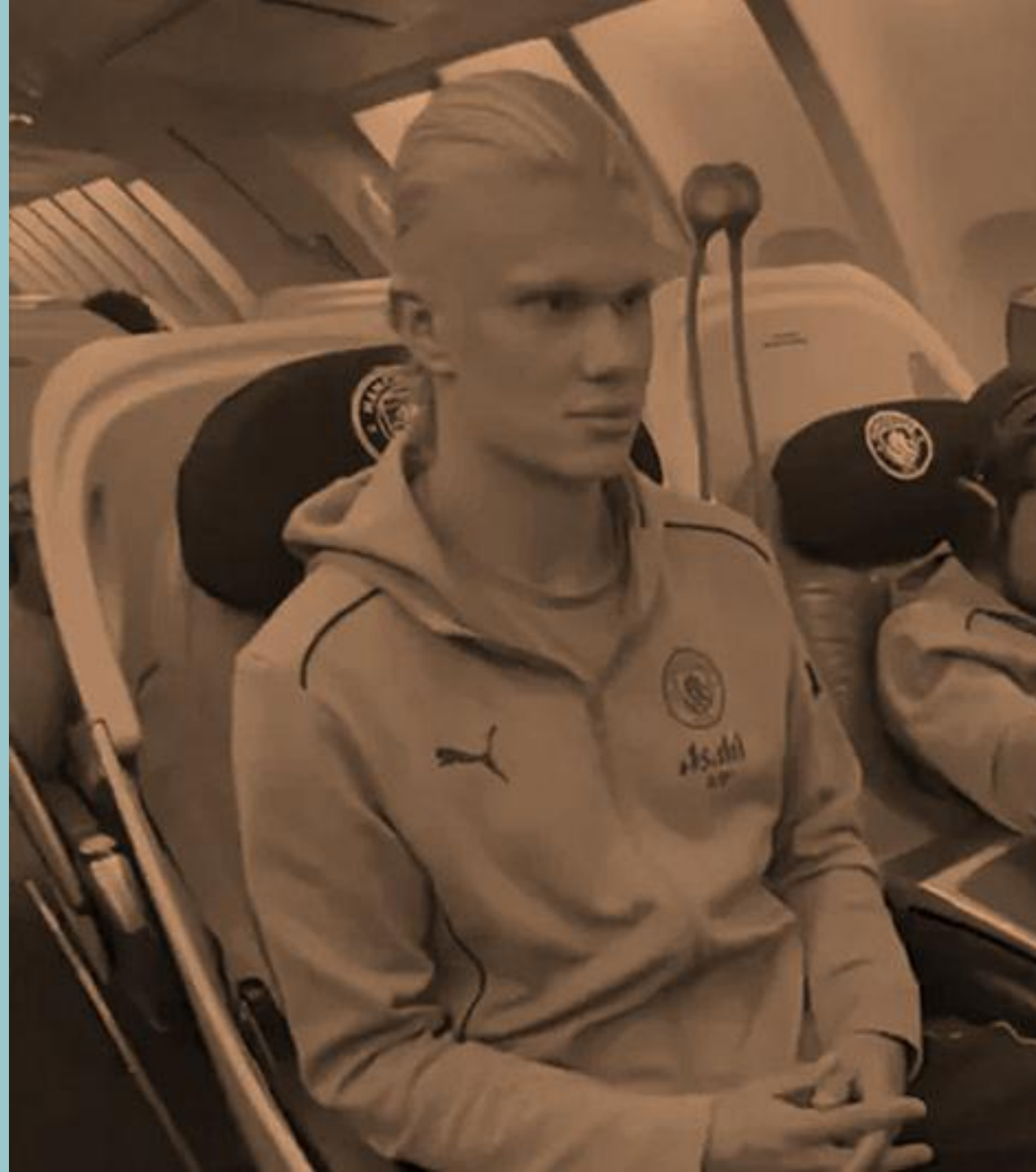
Eksempel: Fixer fiction

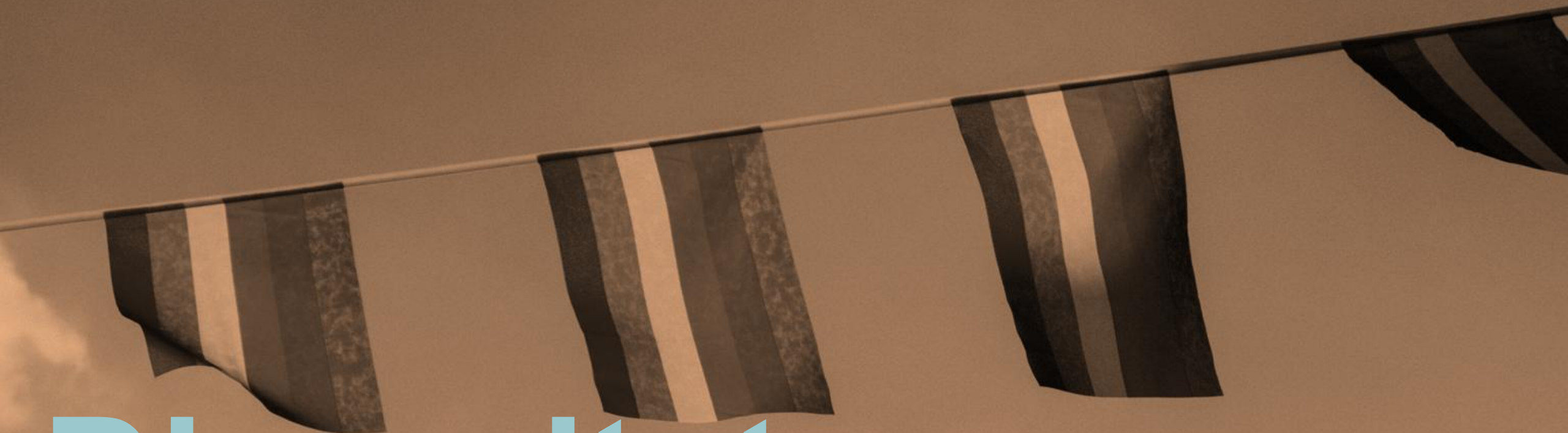
- Hovedpersoner der fikser ting - løsningsorienterede
- Emotionelt intelligente hovedpersoner, der giver stabilitet i kaos



Eksempel: Rawdogging

- At udføre en aktivitet uden nogen former for underholdning, for eksempel en løbetur uden Strava eller Spotify.
- Den mere ekstreme version af at rawdogge er for eksempel at være på en lang flyvetur uden nogen former for underholdning.
- At signalere, at man er i kontrol - over sin tid, over sine impulser og opmærksomhed og ikke en slave af techgiganternes opslugende algoritmer.





Diversitet og inkluderivitet

Diversitet og inklusivitet

- Flere danskere og især Gen Z identificerer sig som LGBTQIA+
- Og som neurodiverse (autismespektrum, ADHD, indlæringsvanskeligheder)
- Forventning om inklusiv repræsentation i medieindhold og søger det aktivt



Go woke or
go broke

Diversitet og inklusivitet er afgørende for unge

- 57 % af unge mellem 18 og 35 år angiver, at det i høj eller nogen grad har betydning for dem, at deres arbejdsplads arbejder aktivt med at sikre mangfoldighed, repræsentation og et inkluderende arbejdsmiljø.
- Især unge kvinder vægter social bæredygtighed højt i deres valg af arbejdsplads.



Eksempel: Emily in Paris – ikke nok!



Emily in Paris is a Netflix show built on white fantasy, not reality

Why do foreign films and TV shows set in Paris always fail to capture the city's multiculturalism?

Christelle Murhula

Eksempel: DR Minisjang

Video med redaktør på
Minisjang, Sophie
Kjærgaard Dyre





Misinformation

Misinformation er en alvorlig trussel



World Economic Forum vurderer, at misinformation udgør den **største risiko** for politiske magtforhold de næste to år – især fordi falsk og vildledende information forstærkes af AI og deepfakes (Elsner et al., 2025).



I en medievirkelighed præget af misinformation og AI-genereret indhold efterspørger brugerne i stigende grad **gennemsigtighed, tydelige kilder og redaktionel ansvarlighed**.



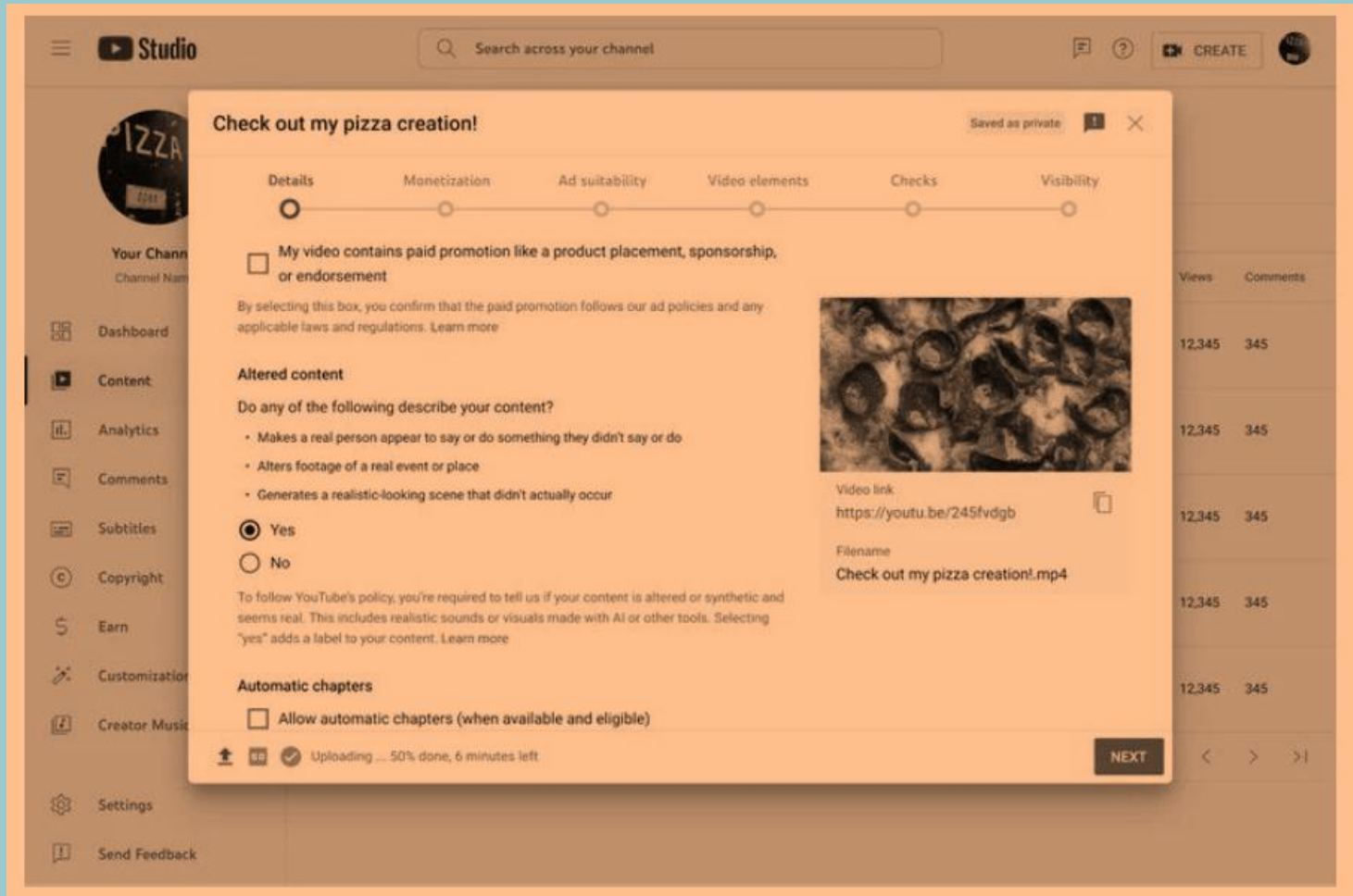
Medier reagerer med **synlig kildeangivelse, mærkning og faktatjek**.

Eksempel: The Wall Street Journal

How do you distinguish between News
and *Opinion*?

The Wall Street Journal is committed to clear labeling
so that readers can differentiate between a news article

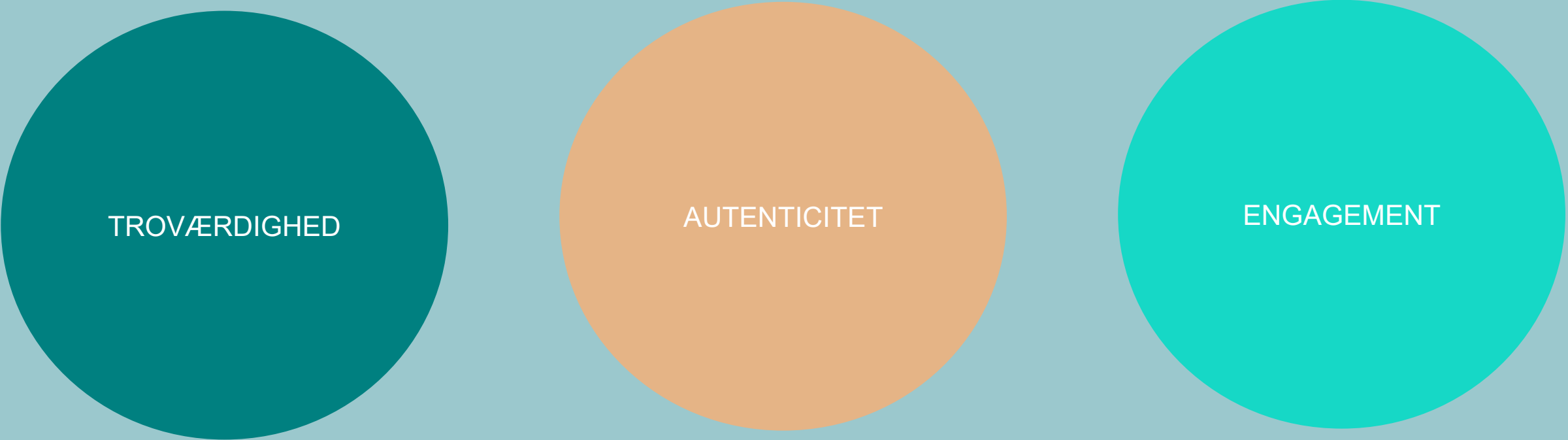
Eksempel: YouTube



YouTube kræver, deklarerer, hvis videoer indeholder AI-genereret indhold

YouTube tester ny mærkning, "Captured with a camera", som viser, at en video er autentisk og uændret

I en infodemic er tre ting afgørende



TROVÆRDIGHED

AUTENTICITET

ENGAGEMENT



Opsumming

Anbefalinger baseret på medietrends

Udnyt gaming,
gamification og
phygital

Udnyt medieret
intimitet

selvafsløring
subjektivitet

Vær parat til
persona-
lisering på
speed
frit valg af format

Bidrag til
mental
selvpleje

Bidrag til
diversitet og
inklusion

Bekæmp
misinfor-
mation

Tak for opmærksomheden

Lene Heiselberg // lene@heiselberg.net

