

# Användning av sociala medier och politiskt intresse (case Finland)

Finns det ett samband mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse? Specifikt med fokus på yngre finländare

Joni Keko

Statskunskap med masskommunikation

Avhandling för magisterexamen

Handledare: Strandberg Kim, Janne  
Berg

Fakulteten för samhällsvetenskaper och  
ekonomi

Åbo Akademi

Vasa, 2023

## Abstrakt

Författare (efternamn, förnamn): Keko, Joni	Årtal: 2023
Arbetets titel: Användning av sociala medier och politiskt intresse (case Finland) – Finns det ett samband mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse? Specifikt med fokus på yngre finländare.	
Opublicerad avhandling för magisterexamen i statskunskap med masskommunikation	Sidantal (tot.): 46
Vasa: Åbo Akademi. Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi	
Ev. projekt inom vilket arbetet gjorts:	
<p>Abstrakt:</p> <p>Syftet med denna avhandling är att undersöka om det finns ett samband mellan användningen av sociala medier och politiskt intresse. Forskningsfrågan för avhandlingen är: Hur ser sambandet ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse? Är sambandet positivt, negativt eller finns det något samband över huvud taget? Samt, i vilken utsträckning varierar sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse enligt ålder? Avhandlingen är kvantitativ, där själva forskningsfrågorna kommer att besvaras genom en statistisk dataanalys. För att ta reda på hur de olika generationerna förhåller sig till de frågor som valts ut för denna studie utförde sambandsanalyser två variabler emellan i form av korstabeller. För att utläsa signifikansen och styrkan i sambandet utfördes även ett <math>\chi^2</math>-test och Cramer's V-test för samtliga korstabeller. Resultatet från studien visar att sambandet mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier inte är statistiskt signifikant, oavsett ålder. Däremot visar resultatet att det finns ett samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider, dessutom är sambandet starkare bland de yngre generationerna i jämförelse med de äldre.</p>	
Sökord/indexord/nyckelord: sociala medier, ungas politiska intresse och engagemang, mobiliseringsteorin, förstärkningsteorin	

# Innehållsförteckning

1 Inledning.....	5
1.1 Syfte och frågeställning.....	7
1.2 Disposition .....	8
2 Studiens referensram .....	9
2.1 Unga generationens politiska deltagande .....	9
2.1.1 Definition av vad som menas med den unga generationen.....	9
2.1.2 Definition av begreppet politiskt deltagande .....	10
2.2 Ungdomars politiska intresse och engagemang .....	11
2.3 Nya politiska deltagandeformer .....	13
2.4 Teknologins roll .....	14
2.4.1 Sociala medier .....	16
2.4.2 Samband mellan exponering och engagemang .....	18
2.5 Teorier om aktivering .....	19
2.5.1 Mobiliseringsteorin .....	20
2.5.2 Förstärkningsteorin.....	21
2.5.3 Övriga faktorer .....	22
2.6 Sammanfattning av referensramen.....	23
3 Upplägg och genomförande .....	25
3.1 Forskningsdesign.....	25
3.2 Metod och material.....	27
3.2 Undersökningen reliabilitet & validitet.....	31
3.3 Genomförande och operationalisering .....	31
3.4 Dataanalys .....	33
4 Resultat.....	36
4.1 Summering av resultat.....	39
5 Slutsats och diskussion.....	40
Litteraturförteckning .....	44
Bilagor .....	46

## Tabeller

<b>Tabell 1:</b> Definiering av generationer. ....	27
<b>Tabell 2:</b> Generationer uppdelade enligt Finlands befolkning 2019 och FNES studie. ....	30
<b>Tabell 3:</b> Hur intresserad är du av politik? .....	32
<b>Tabell 4:</b> Hur ofta använder du sociala medier?.....	32
<b>Tabell 5:</b> I vilken utsträckning följde du med valet i sociala medier?.....	32
<b>Tabell 6:</b> Ditt födelseår, omkodat om till generationer. ....	33
<b>Tabell 7:</b> Sambandstyrkans tolkning utifrån Cramer's V.....	35
<b>Tabell 8:</b> Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Millennials & Generation Z).....	37
<b>Tabell 9:</b> Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Generation X).....	37
<b>Tabell 10:</b> Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Boomers & Silent). ....	37
<b>Tabell 11:</b> Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Millennials & Generation Z).....	38
<b>Tabell 12:</b> Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Generation X).....	39
<b>Tabell 13:</b> Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Boomers & Silent). ....	39

## Figurer

<b>Figur 1:</b> Figur över den oberoende- och beroende variabeln. ....	28
--	----

# 1 Inledning

Åtminstone under de senaste tjugo åren, om inte längre har man varit mycket bekymrad över ungas bristande politiska intresse och engagemang. Detta är något som grundar sig i det låga valdeltagandet bland unga (Harrinvirta, 2019). Statistiken från riksdagsvalet 2019 visar tydligt att äldre generationer röstat flitigare i jämförelse med yngre generationer. Åldersgruppen 20–24 år hade en total röstningsprocent på 54 %, och 18–19 åringar en röstningsprocent på 56 %. Om man jämför detta med medeltalet som ligger på 71 % visar det tydligt att yngre generationer röstat mindre aktivt i jämförelse med äldre generationer (FOS, 2019).

Det faktum att unga röstat betydligt mindre än äldre generationer lyfts ofta fram som ett hot mot själva strukturen för demokratin (Harrinvirta, 2019). Orsaken till detta är helt enkelt det faktumet att rösta i val är fortfarande det viktigaste sättet att påverka och delta politiskt. Det i sin tur definierar den politiska agendan, vilka beslut som fattas och av vem (Kestilä-Kekkonen & Korvela, 2017). I grund och botten handlar demokratin om att man via val eftersträvar att utse representanter som avspeglar medborgarnas åsikter (Hadenius, 2006). Om den yngre generationen låter bli att rösta finns det ingen som representerar deras åsikter, dessutom är det den yngre generationen som är i en nyckelposition för hur framtidens demokrati kommer att se ut (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018).

Även om statistiken visar att unga röstat mindre aktivt i jämförelse med äldre generationer betyder det inte automatiskt att det politiska intresset försvunnit. Enligt ungdomsbarometern har intresset för politik bland unga stigit stadigt ända sedan 1990-talet, bortsett från några svackor (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Därmed kan man konstatera att det är en myt att det politiska intresset skulle vara mycket lägre bland de yngre generationerna i dagens samhälle jämfört med tidigare generationer (Fjellman, Gustafsson & Rosén Sundström, 2018). Även i ungdomsbarometern framgick det att majoriteten av de unga, dvs. 61 % är intresserade av politik till en viss grad. Däremot ser det ut som att intresset gentemot traditionell politik håller på att sjunka och i stället söker man sig till andra nya politiska former, bland annat media aktivism (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Det tycks vara formerna för, och sätt på vilket den yngre generationen väljer att engagera sig som är annorlunda än tidigare (Fjellman et al.,

2018). Bland annat är den globala rörelsen Fridays for Future som startades 2018 av Greta Thunberg ett bra exempel på att unga bryr sig och är intresserade av samhällsfrågor. Fridays for Future handlar om en rörelse som skolstrejkar på fredagar (protesterar i stället för att gå i skolan), för att på det sättet kräva politiskt ansvar och agerande från beslutsfattarna i kampen mot klimatkrisen (FFF, u.å.). Tack vare nya former av engagemang, och framförallt tack vare digitala medier har de lyckats få en enorm spridning. Rörelsen har lyckats mobilisera den yngre generationen runt om i världen att delta (Huttunen, 2022).

Faktum är att det har skett mycket förändringar i världen tack vare teknologins utveckling, även när det gäller den politiska kulturen som genomgått en total förändring i samband med de nya medieformerna (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Internet och dess betydelse som informationskälla har växt i en enorm takt och är en väsentlig källa under valtider för framför allt unga, men även för medborgare i medelåldern. Det är via internet som medborgarna letar upp information om kandidater för att på så sätt veta vem de skall rösta på (Strandberg & Borg, 2020). Internet har påverkat människors medievanor på ett revolutionerande sätt, inte minst tack vare de sociala medierna som satt sin prägel på interaktionen människor emellan (Settle, 2018). I dagens samhälle sker den politiska kommunikationen alltmer på sociala medier så som Facebook, Twitter och Instagram, och detta är något som berör politiska debatter, opinionsbildningen och även själva nyhetskonsumtionen. Det är en ökande trend att ta del av nyheter via mobilskärmen, och en stor andel av denna aktivitet sker på de sociala medierna, till exempel via Facebook som numera är den största mediekanalen bland unga med tanke på politiska budskap. Sanningen är att de sociala medierna numera blivit en väsentlig källa för den enskilda väljaren, både när det gäller politiska nyheter och diskussioner. I samband med detta har även de sociala mediernas betydelse i själva valrörelsen ökat kraftigt. Både partier och politiker fokuserar ständigt mera på sociala medier än tidigare med att försöka påverka väljarna och medierna under valtider (Fjellman et al., 2018).

Två teorier som berör dessa frågeställningar är mobiliserings- och förstärkningsteorin som är två olika tolkningar om hur internet påverkar det politiska deltagandet. Dessa två teorier skiljer sig kraftigt ifrån varandra. Mobiliseringsteorin hävdar att internetanvändningen kommer både underlätta och uppmuntra till nya former av

politisk aktivism. Tack vare internet minskas hindren för samhällsengagemang, genom att information finns lättillgängligt och det faktum att det är lätt att integrera människor emellan, påstår man att fler människor kommer engagera sig i det politiska livet (Norris, 1999). I motsats till detta hävdar den mer skeptiska förstärkningsteorin att användningen av internet visserligen kommer att stärka det politiska deltagandet, men inte radikalt förändra redan existerade mönster. Enligt teorin kommer internet att förstärka, kanske till och med vidga avståndet mellan de som är politiskt aktiva och de som inte är det (Norris, 1999).

## 1.1 Syfte och frågeställning

Trots att teknologin är en av de största orsakerna till att kommunikationsformerna ändrats är det ändå inte teknologin i sig som orsakar samhällsförändringar, utan i stället handlar det om hur vi människor interagerar och använder oss av teknologin som har konsekvenser för våra sätt och beteenden: hur vi umgås och kommunicerar med varandra (Settle, 2018). Sättet hur medborgarna konsumerar såväl media som politisk information är något som förändrats avsevärt och ser helt annorlunda ut än vad det gjorde för några decennier sedan. Framför allt är det den yngre generationen som växt upp med den mobila tidsåldern, med smartphones och sociala medier som är vana vid ett stort urval av mediealternativ (Fjellman et al., 2018).

Det förändrade medielandskapet har skapat en ny struktur för medborgarna och deras möjligheter att engagera sig, uttrycka sig och delta politiskt (Fjellman et al., 2018). Andersen med flera hävdar att användningen av nyhetsmedier är en avgörande faktor när det handlar om att försöka förstå hur människor är politiskt involverade, hur utvecklingen som skett påverkat medborgarnas engagemang i samhället och politiken (Andersen et al. 2021).

Därför finns det goda skäl att studera hur de nya politiska formerna påverkar den yngre generationens politiska intresse. Syftet med studien är att ta reda på om det finns ett samband mellan användning av sociala medier och politiskt intresse, specifikt med fokus på yngre finländare. För att uppfylla syftet kommer studien att utgå ifrån följande forskningsfrågor:

- Hur ser sambandet ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse? Är sambandet positivt, negativt eller finns det något samband över huvud taget?
- I vilken utsträckning varierar sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse enligt ålder?

Oavsett om statistiken visar att valdeltagandet är lägre bland de unga tycks det politiska intresset ändå vara en stigande trend. Kan det ökade intresset vara ett tecken på sociala medier haft en mobiliserande effekt på de unga? Resultatet av studien kommer förhoppningsvis styrka eller förkasta hypoteserna presenterade nedan ( $H_1$  &  $H_2$ ).

**H<sub>1</sub>.** Det finns ett positivt samband mellan användning av sociala medier och politiskt intresse.

**H<sub>2</sub>.** Sambandet mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse är positivt i samtliga åldersgrupper men starkast bland yngre generationer.

## 1.2 Disposition

Denna avhandling är indelad i fem stycken huvudkapitel. En del huvudkapitel är sedan ännu indelade i underkapitel. Avhandlingen börjar med en introduktion till ämnet i fråga varefter avhandlingens syfte och frågeställningar presenteras. Efter det kommer jag redogöra studiens referensram och definiera väsentliga aspekter för studien. Därefter kommer jag berätta mer om upplägget och hur jag kommer att genomföra min undersökning. Efter detta redovisar jag resultatet. Slutligen avslutar jag avhandlingen med en slutsats och diskussion, det vill säga vad jag uppnått med min undersökning.



## 2 Studiens referensram

I detta kapitel kommer jag presentera och definiera viktiga begrepp och tidigare forskning som är väsentlig för denna avhandling. Kapitlet innehåller information om unga generationers politiska deltagande, nya deltagande former, teknologins roll i det hela samt teorier kring aktivering. Slutligen avslutas kapitlet med en summering av referensramen.

### 2.1 Unga generationens politiska deltagande

Under de senaste åren har forskning kring ungas politiska deltagande vuxit kraftigt. Flera forskare hävdar att det är den yngre generationen som ligger bakom det minskade valdeltagandet. Många påstår att unga är lata och saknar både förtroende för demokratiska institutioner samt intresse för politik medan andra forskare påstår att unga faktiskt är mer engagerade än tidigare men att det är formerna för deltagande som har ändrats (Bäck, Bäck & Gustafsson, 2015).

Oavsett om unga är intresserade av politik eller inte är ofta en orsak till att unga väljer att inte rösta i val det faktum att de inte hittar någon lämplig kandidat att rösta på. Det finns tydliga indikatorer på att unga ofta väljer att rösta på unga kandidater, om dessa saknas så väljer många att låta bli att rösta. Övriga orsaker är ofta förknippade med olika socioekonomiska faktorer. Problemet som kan uppstå ifall unga vänjer sig med att låta blir att rösta kan det vara något som återspeglas i äldre ålder, därför menar Johanna Suurpää som är chef för demokratiska enheten vid Justitieministeriet att intresset för val och tanken att det är möjligt att vara med och påverka borde vara något som bör väckas redan i lågstadiet (Palmen, 2017). Dock finns det studier som visar att intresset för politik bland unga faktiskt stigit från 40 till 60 % under åren 1996–2018. Studier visar även att unga anser att, att rösta i val är det viktigaste sättet att delta politiskt. Med detta sagt skulle det passiva valdeltagandet tyda på att det är något som försvinner med åldern (Harrinvirta, 2019).

#### 2.1.1 Definition av vad som menas med den unga generationen

Det är svårt att exakt precisera vem som definieras som en ung person eftersom övergången från barndomen till vuxenlivet är så pass flexibel. I dagens samhälle är det ännu mer flexibelt än tidigare i och med att man ofta studerar längre och kommer in i arbetslivet mycket senare i jämförelse med tidigare generationer. Det är även mycket

vanligt man talar om yngre generationer i studier utan att exakt specificera vad det är man menar eftersom man lutar på att alla har en gemensam uppfattning om vad som menas med en ung person (Huttunen, 2022).

Enligt lagstiftningen i Finland (Nuorisolaki 1285/2016, 3§) gällande tjänster för unga, räknas personer som är 29 år eller yngre till kategorin unga. Dock när det gäller att rösta i val så kräver lagstiftningen att personen i fråga fyllt 18 år. En vanlig definition av unga i framförallt valstudier är personer som är 18–29 år gamla. Ofta är det just datatillgängligheten som är en mycket inflytelserik faktor gällande hur ”den unga generationen” definieras i forskningssammanhang (Huttunen, 2022).

Tidigare studier tyder på att politiska erfarenheter som inhämtas innan man fyllt 18 år och har en rösträtt även har en stor betydelse för politiska attityder och beteenden i ett senare skede i livet. Därför är sådana aspekter också om möjligt viktiga att studera (Huttunen, 2022). Ett sätt att definiera unga, eller även andra åldersgrupper är att dela in medborgarna enligt generationer. Det är även något som jag kommer göra i denna studie. I denna studie riktar jag främst in mig på de två yngsta generationerna: Generation Z och Millennials, som enligt av Pew Research Center (2018) handlar om åldersgruppen 7–22 år (Generation Z) och 23–38 år (Millennials). Hur uppdelningen av hela generationen ser ut presenteras senare i studien under rubriken upplägg och genomförande.

### 2.1.2 Definition av begreppet politiskt deltagande

Definitionen av politiskt deltagande handlar traditionellt sett om aktiviteter som utförs av medborgare för att påverka beslut som fattas inom politiska system (Ekman & Amnå, 2009). Verba, Nie och Kim har definierat politisk deltagande på följande sätt:

” By political participation we refer to those legal acts by private citizens that are more or less directly aimed at influencing the selection of governmental personnel and/or the actions that they take (Verba, Nie & Kim 1978, 1).”

Dock har definitionerna blivit bredare och många forskare hävdar att politiskt deltagande även omfattar engagemang riktat mot andra aktörer än regeringen eller politiska institutioner (Huttunen, 2022). Bland annat definierar Norris (2002, 16) politisk deltagande som:

” Any dimension of activity that are either designed directly to influence government agencies and the policy process, or indirectly to impact civil society, or which attempts to alter systematic patterns of social behavior”.

Det är framför allt de förändringar som skett i så väl samhället som inom politiken som har lett till att man börjat studera politiskt deltagande ur ett större perspektiv. Dock finns det få utarbetade teorier inom ämnet i fråga. Men genom att introducera begreppet ”*latent forms of political participation*” (dolda eller latent former av politiskt deltagande), det vill säga faktorer så som socialt engagemang och samhällsengagemang, eftersträvar Ekman och Amnå att liva upp den teoretiska debatten kring politisk deltagande. Med typologin som Ekman och Amnå tagit fram urskiljer man begreppen samhällsengagemang och politiskt deltagande (som ofta används som synonymer) samt så kallade uppenbara och dolda former av politiskt deltagande (Ekman & Amnå, 2009).

Politiskt deltagande handlar först och främst om att rösta, engagera sig i partier eller kandidera (formellt sett). Men det kan även handla om att göra sin röst hörd utanför formella former av politiskt deltagande så som att delta i demonstrationer eller gå med i olika sociala rörelser. Dessutom kan det handla om att försöka påverka på andra sätt som kritiska konsumenter med bojkotter eller namninsamlingar. Med samhällsengagemang däremot syftar man på aktiviteter i den civila sfären som till exempel kan handla om att delta i olika sorters frivilligt arbete utanför den politiska sfären. Avslutningsvis är det man menar med socialt engagemang faktorer som är relaterade till den privata sfären. Deltagandet kan vara antingen individuellt eller kollektivt beroende på vad det handlar om för sorts deltagande (Ekman & Amnå, 2009).

## 2.2 Ungdomars politiska intresse och engagemang

Andersen definierar politiskt intresse som ett psykologiskt sinnestillstånd som handlar om en persons nyfikenhet gentemot politik. Detta uppfattas som en inneboende motivation som uttrycks via personlig reflektion (Andersen et al. 2021). När det gäller ungdomars politiska intresse finns det ofta förutfattade meningar och föreställningar om att unga människor är såväl mindre aktiva som mindre intresserade av politik än äldre generationer. Därför är det viktigt att man granskar utvecklingen som skett över tid när man diskuterar ungas politiska engagemang och intresse eftersom det finns en

benägenhet att tycka saker och ting var bättre förr även om fallet inte är så. Detta gäller ofta synen på ungdomar. Det är vanligt att unga beskylls för att de saknar ett politiskt intresse, speciellt att intresset är lägre nu än vad det var förr (Bäck et al., 2015).

För många unga tycks dock ordet politik nästan vara en svordom, men det visar sig ofta vara fråga om att med ordet politik syftar de på partiets verksamheter. Många relaterar politik till det faktum att det handlar om traditionella val, att ställa upp i val, vilket skulle tyda på att även om många engagerar sig politiskt på flera olika sätt, är synen på politiken väldigt traditionell (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Det är just dessa traditionella sätt att engagera sig politisk som gjort att oron kring ungas politiska engagemang växt. Speciellt med tanke på engagemang och medlemskap i politiska partier, eftersom det är dessa som utgör själva kopplingen medborgare och partier emellan. För en välfungerande demokrati krävs politiska partier och därför växer oron i och med att partiernas medlemsantal sjunker. Detta är något som är framför allt märkbart gällande den yngre generationen (Bäck et al., 2015). Eftersom det är den yngre generationen som formar framtidens demokrati är det viktigt att veta hur väl de unga är engagerade i politik (Loader, 2007). Trots att den yngre generationen inte är aktiv inom partier visar studier att unga fortfarande är mycket intresserade av politik. En tänkbar faktor skulle vara att traditionell partipolitik saknar en dragningskraft utan i stället väljer man att engagera sig på andra sätt (Bäck et al., 2015).

Tidigare var det mycket vanligare med ett kollektivt engagemang men nu har det skett en skiftning och engagemanget är mer individualiserat. Samtidigt som medlemsantalet i olika organisationer och partier har sjunkit har engagemang i mindre lösa nätverk stigit. En orsak till detta är att dessa lösa nätverk erbjuder en större möjlighet till ett mer flexibelt och personifierat engagemang parallellt med att dessa faktiskt kräver mindre av personen i fråga när det gäller gemensamma åsikter eller värdegrunder. Detta är något som har påverkats av de digitala mediernas uppkomst (Fjellman et al., 2018). Det är viktigt att komma ihåg att ungdomarna i dagens samhälle har växt upp i en annan värld präglad av allt från globalisering till nya medier som i en allt högre grad påverkas av internet. Det finns forskare som anser att de nya medierna är en del av problemet varför unga inte engagerar sig medan andra menar att internet kan vara själva lösningen på problemet, och att tack vare internet kan de unga återanknytas till politik (Loader, 2007).

## 2.3 Nya politiska deltagandeformer

Det finns en hel del indikatorer som pekar på att sättet hur människor engagerar sig politiskt skiljer sig åt generationer emellan. Engagemang i politiska partier har blivit ovanligare bland unga. Dock finns det indikatorer som visar att det finns ett politiskt intresse bland unga och vilja att engagera sig men att de saknar ett lämpligt forum för detta (Bäck et al., 2015). De unga anser ofta att de traditionella formerna är väldigt tröga och långsamma (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Vissa forskare hävdar att den yngre generationen väljer bort traditionella medier och fokuserar i stället på online- eller digitala plattformar, att de hoppar ur samhället i stället för att delta i det (traditionellt sett). Enligt ett annat mer optimistiskt förhållningssätt använder den yngre generationen andra typer av medier, speciellt sociala medier för att ta del av information (Andersen et al. 2021).

Det politiska deltagandet bland unga förväntas omformas från institutionaliserade former av engagemang till mer direkta engagerade och elit utmanande former. Förändringen i sig beror på samhällets utveckling, förändringar gällande normer och värderingar samt på annorlunda möjligheter och färdigheter med tanke på politiskt deltagande. Mycket har att göra med den digitala teknologin, som är i en ständig utveckling och medför nya deltagandemönster med både nya och fler möjligheter online (Huttunen, 2022).

När det gäller medborgarnas förändrade normer anses dessa ändra på det politiska deltagandemönstret. Såväl äldre som yngre generationer har utvecklat sina egna preferenser för politiskt deltagande. För den yngre generationen har de förändrade normerna lett till att de fokuserar mer på självuttryckande värderingar. De unga förväntas vara nya typer av kritiska postmoderna medborgare, som visserligen stödjer grundläggande demokratiska värderingar men som är kritiska till det institutionella systemet. Detta betyder i praktiken att unga föredrar att engagera sig i löst strukturerade nätverk i vilka deltagandet är mer informellt och sporadiskt istället för att engagera sig i demokratiska institutioner. Ungas deltagande är mer episodiskt, ofta kring någon aktuell sakfråga. För de unga är det viktigt att deltagandet skall vara lätt och enkelt (Huttunen, 2020).

Det är speciellt de sociala medierna som har visat sig vara ett nytt forum för de unga att engagera och organisera sig i (Bäck et al., 2015). Numera är de väsentliga sätten att delta digitala, och deltagandet sker oftast på sociala medier (Andersen et al. 2021). Tack vare sociala medier kan man engagera sig genom personliga handlingar som inte är kopplade till traditionella organisationer (Bäck et al., 2015). Dessutom har den digitala tidsåldern sänkt tröskeln för vissa former av politiskt deltagande. Till exempel behöver man inte underteckna namnsamlingar på ett papper längre utan det kan göras digitalt. Man behöver inte skriva brev till politiker för att få kontakt, utan detta är något som kan göras via e-mail eller sociala medier. Därmed har deltagandet i alla fall blivit mer lättillgängligt vilket speciellt tilltalar den yngre generationen (Andersen et al. 2021).

Typiska nya former av politiskt deltagande för unga är olika typer av direkta handlingar så som protester, donationer, online-namnsamlingar, aktiviteter i olika löst strukturerade sociala rörelser och informella föreningar, att delta i sakorienterade rörelser, att bojkotta produkter/företag på grund av etiska och politiska övertygelser (*eng: consumer politics*) samt övriga politiskt motiverade medvetna val som man tar i vardagen (*eng: lifestyle politics*). Det är speciellt medvetna val i vardagen och aktiviteter i sakorienterade rörelser som är två former som särskilt anses tilltala de yngre generationerna, detta på grund av att unga generationer förväntas vara mer orienterade kring något visst problem eller område. Ett exempel på ett medvetet politiskt motiverat val kan vara att välja att bojkotta en produkt på grund av att företaget i fråga använder sig av djur för att testa produkten. Med de sakorienterade rörelserna syftar man alltså på rörelser som är fokuserade på en specifik sakfråga, och dessa kan utgå ifrån en mängd olika handlingsformer för att i slutändan kunna påverka en specifik politisk fråga (Huttunen, 2020). Ett exempel på en sådan rörelse är bland annat Fridays for Future som tidigare nämnts i studien.

## 2.4 Teknologins roll

Den politiska kulturen har genomgått en förändring mycket på grund av teknologins utveckling och framför allt tack vare de nya medieformerna (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Internet har sedan dess uppkomst utvecklats enormt och innehåller idag allt ifrån webbsidor till bloggar och podcaster. Även antalet användare har växt i en exploderande takt och i dagens samhälle är internet en väsentlig del i människors

vardag (Strandberg & Borg, 2020). När det gäller Finland så har man varit en föregångare i Europa när det gäller internetrevolutionen. Redan under 1990-talet hade man en hög nivå av kunskaper kring internet, många användare och många internetabonnemang. Även om det under årens gång har jämnats ut i och med att internetanvändningen är ett globalt fenomen så är det inget tvivel om att internetanvändningen är en väl integrerad del i det finländska samhället (Loader, 2012).

Som tidigare konstaterats flera gånger i denna studie har det sjunkande valdeltagandet varit ett stort bekymmer för de etablerade demokratierna under de senaste decennierna. Det är något som korrelerar med att många känner sig besvikna med traditionella former av politiskt deltagande (Loader, 2012). Dock handlar det inte nödvändigtvis om att det politiska deltagandet är en sjunkande trend i sig, snarare om att engagemanget bland medborgarna ser annorlunda ut. Många anser bland annat att partier är föråldrade på grund av dess höga medlemsålder, vilket nästan kan förknippas med pensionärsföreningar. Framförallt är det de yngre generationerna som föredrar nya sätt att delta (Bengtsson & Christensen, 2009).

Teknologin och framför allt internet har vuxit fram som lösning till problemet med att återuppliva missnöjda medborgare. Via internet kan olika traditionella former av deltagande ske på ett nytt digitalt sätt. Det kan handla om att skriva under namninsamlingar eller delta i olika röstningar. Internet kan även förbättra det traditionella deltagandet på så sätt att informationen är lättillgänglig, och det är samtidigt betydligt enklare att nå ut till en bredare allmänhet (Loader, 2012). Detta är något som speciellt tilltalar den yngre generationen, att det är lätt och enkelt att delta i samband med att teknologin och de nya medierna erbjuder ett mer individualiserat engagemang (Fjellman et al., 2018). Många forskningar tyder på att medborgarna väljer att koncentrera sitt politiska engagemang till någon specifik form av deltagande, något som passar deras behov och syfte vilket numera handlar om mer individualistiska former av deltagande i jämförelse med vad till exempel deltagande i partier står för (Bengtsson & Christensen, 2009).

Dock hävdar skeptiker att internet inte nödvändigtvis hjälper till att lösa problemet, utan att det snarare skapar det en digital klyfta eller något som kan upplevas som en

motivationsklyfta. Därför är det fortfarande aktuellt att studera mera kring ämnet, vad har internet och teknologin för konsekvenser på det politiska engagemanget som i slutändan formar demokratin. Ett centralt begrepp i debatten kring de potentiella effekterna av politisk aktivitet på internet handlar om den politiska kompetensen. Det vill säga att det inte bara räcker att vara aktiv utan man bör också kunna agera på ett effektivt sätt. Det skulle betyda att förhållandet mellan internet, politisk kompetens och deltagande kan avspeglade sig på olika sätt. Ett scenario är att internet inte har en mobiliserande effekt på de som inte är aktiva sedan tidigare, det vill säga internet mobiliserar de redan aktiva medborgarna vilket gör deras deltagande enklare. Det kan handla om motivation, vilket skulle betyda att bara de som är intresserade och motiverade mobiliseras tack vare internet. Ett annat scenario är att internet mobiliserar medborgare till en viss grad, men att dessa inte kan främja sina intressen på ett effektivt sätt. Slutligen det mest positiva scenariot som hävdar att alla medborgare, såväl aktiva som passiva mobiliseras tack vare internet och dessa blommar ut i aktiva och kapabla medborgare (Loader, 2012).

#### 2.4.1 Sociala medier

Under 2000-talets första två decennier har sociala medier blivit alltmer framträdande när det gäller online interaktion människor emellan (Bäck et al., 2015). De sociala medierna med bland annat Facebook i spetsen har blivit en väsentlig plattform för den politiska kommunikationen (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Speciellt den yngre generationen använder sig av sociala medier dagligen. Enligt ungdomsbarometern från 2013 framgår att, av de som är aktiva på sociala medier är det hela fyra av fem som följer med andra personers uppdateringar på en daglig basis. Ungefär hälften av alla användare läser åtminstone en gång i veckan ämnen som behandlar samhällsfrågor (Myllyniemi, 2013). Sociala medier har blivit deras förstahandsval vid val av informationskälla, även då det är frågan om information från traditionella medier. Trafiken till de traditionella mediernas webbsidor kommer numera till en stor del från olika sociala medier eller privata chattkonversationer (Bäck et al., 2015).

Det är framför allt sättet hur kommunikationen och informationen sker i samhället som har utvecklats i samband med de sociala medierna (Fjellman et al., 2018). Själva utvecklingen i sig kan beaktas ur flera olika synvinklar, dels genom att allt blivit mer transparent och likvärdigt eftersom det faktum att politikerna närvarar i sociala medier



leder till en betydligt närmare kontakt med medborgarna. En annan synvinkel på saken är att nu kan vem som helst skriva vad som helst och alla kan ta del av detta, vilket inte alltid höjer på diskussionsnivån. Eftersom kulturen på sociala medier oftast är ganska ytlig, kortsiktig och även polariserad i vissa fall kan det lätt leda till olika skandaler (Pekkarinen & Myllyniemi, 2018). Det är helt klart att det finns såväl risker som möjligheter med de sociala medierna när det handlar om politik (Fjellman et al., 2018).

Ofta sägs det att de yngre generationerna ser på politik som ett tråkigt och begränsat ämne och de ser de traditionella medierna som ett media som ej fokuserar på unga. Därför hävdas det att karaktären för politisk information på de sociala medierna är något som tilltalar speciellt den yngre generationen. Sociala mediers lättillgänglighet i samband med att det inte kostar någonting sänker tröskeln att delta samtidigt som mängden information från många olika källor kan öka möjligheten att lära sig om politik och bli politisk engagerad (Andersen et al. 2021).

De sociala medierna kopplar människor samman, var personlig relevans, mångfald och riktat innehåll är förklaringar till varför de används flitigt bland unga för politisk information. Själva innehållsstrukturen som är baserad på algoritmer tillsammans med rekommendationer, reaktioner och kommentarer kan hjälpa till att minimera behovet av att motiveras som en förutsättning att bearbeta relevant politisk information. Till exempel är det möjligt att rikta innehåll på sociala medier till medborgare på en specifik ort vilket gör det lättare att informera dem om ämnen de lätt kan relatera till och eventuellt agera ifall de känner för det. Dessa är faktorer som kan leda till att innehållet på sociala medier kan vara en föregångare till politiskt engagemang (Andersen et al. 2021).

Dock har ofta har sociala medier en förstärkande roll på både stereotyper, polarisering och den egna politiska identiteten (Settle, 2018). En annan risk med sociala medier är själva klimatet på de olika plattformarna, det vill säga olika typer av hat, hot, personangrepp och objektivitet i vissa sakfrågor, vanligtvis i anknytning till etnicitet, migration och terrorism (Fjellman et al., 2018). Dessutom är dagens enorma nyhetsutbud likaså en faktor som kan ses som en risk, även om det också kan vara positivt. Även om tillgången till nyheter aldrig varit lika stort som nu, så är den

enskilde individens motivation i en större roll än tidigare när det handlar om intresse för politik och samhällsfrågor. Speciellt med tanke på den gruppen medborgare (med kanske lite svagare kunskaper om politik) som väljer att undvika nyheter på grund av bristande intresse för politik (Fjellman et al., 2018).

Dessutom har olika sociala faktorer en avgörande roll vid informationsspridning på sociala medier. Stora företag i branschen så som till exempel Facebook har via sin plattform och dess algoritmer en stor inverkan på individers data, sociala nätverk och information (Fjellman et al., 2018). Algoritmerna fungerar som ett sorts filter som väljer ut innehåll som visas på basen av användarens beteendemönster. Forskning har upplyst om att algoritmer tillsammans med individens beteenden leder till att innehåll som går emot individens världsbild sorteras bort, medan saker som bekräftar individens världsbild prioriteras (Bäck et al., 2015). I sociala medier kan man lättare och noggrannare anpassa och rikta in politisk information till rätta målgrupper jämfört med traditionella medier (Strandberg & Borg, 2020).

#### 2.4.2 Samband mellan exponering och engagemang

Speciellt efter att Donald Trump blev vald till president år 2016, men även när det gäller fallet Brexit så har diskussioner kring hur exponering av politisk information och valkampanjer i sociala medier påverkar människors politiska val något som man börjat uppmärksamma mer och mer. Just dessa två fall är tydliga exempel på hur sociala medier i dagens samhälle är en mycket viktig del i valkampanjer och att dess påverkan på valets resultat kan vara enorm om inte till och med avgörande (Strandberg & Borg, 2020).

Andersen e. al. hävdar att det finns tecken på att de sociala medierna kan förändra på förutsättningarna för politiskt engagemang. För det första är innehållet på sociala medier relevant då man studerar konsekvenserna av politisk exponering eftersom innehållet kan personifieras och anpassas på grund av plattformarnas karaktär. Resultatet av detta är ett skräddarsytt medieinnehåll enligt användarens intressen, vilket samtidigt frigör utrymme att konsumera mer information av verkligt intresse. Eftersom i princip vem som helst kan upprätthålla profiler på sociala medier kan information från olika källor angående vilket intresseområde som helst nås från en enda plats. Mångfalden av källor kan ytterligare öka i samband med oavsiktlig

exponering, det vill säga innehåll som man inte specifikt sökt efter. Dessutom är innehållet på sociala medier kopplat till olika sociala engagemang så som kommentarer och möjligheten att gilla och dela vidare innehållet. Dessa är aspekter som kan forma hur informationen bearbetas (Andersen et al. 2021).

Enligt Andersen et al. finns det aspekter som tyder på att det finns generationsskillnader i effekten av politiskt engagemang oavsett om alla kan ta del av informationen som finns tillgänglig på sociala medier. Orsaken till detta kan bero på förmågan eller kanske snarare bristen på att använda sociala medier på ett effektivt sätt. Yngre generationer är bättre förberedda av använda sig av dessa plattformar i politiska sammanhang och drar därför mer nytta av det i jämförelse med äldre generationer. Vidare menar Andersen et al. att generationer emellan finns den starkaste kopplingen mellan politisk exponering i sociala medier och politiskt intresse, medan politisk kunskap och effektivitet är saker som påverkas i en mindre grad. Dock är det inte alla generationer som gynnas lika mycket. Det är speciellt yngre generationer som gynnas mest av ökad användning av sociala medier gällande politik med ett ökat intresse, kunskapsnivå och effektivitet. Detta på grund av att den yngre generationens politiska attityder är fortfarande i en utvecklingsfas, samtidigt som unga är vanligtvis mer nyfikna och letar efter sätt att uttrycka och marknadsföra sig medan äldre generationer är mer bundna till rutiner. Därför är det mer sannolikt att politiska nyheter påverkar den yngre generationens engagemang eftersom de är mer flexibla, öppna och mer mottagliga för media effekter. Över lag anses exponering av politik i sociala medier bidra till såväl direkta som indirekta former av deltagande kopplat till det politiska systemet (Andersen et al. 2021).

## 2.5 Teorier om aktivering

Både när det handlar om mobiliserings- och förstärkningsteorin är dessa två teorier som etablerats före sociala mediernas uppkomst då internet var med eller mindre en plattform för envägskommunikation. Därför hävdar forskare att dessa teorier bör granskas kontinuerligt eftersom sociala medier numera är uppbyggda baserat på tvåvägs- eller flerformskommunikation. Sätten att använda sociala medier är även otroligt många, vilket betyder att man inte endast kan analysera om dessa används eller ej. Eftersom sociala medier är så pass mångdimensionellt idag är dess inverkan troligtvis även mångdimensionellt (Strandberg & Borg, 2020).

Forskning som gjorts så här långt kring sociala mediers inflytande tyder på att sociala medier än så länge haft en mer mobiliserande inverkan på medborgare än en förstärkande roll. Detta beror främst på det faktum att på sociala medier är det lättare att stöta på politiskt innehåll i jämförelse med vanliga webbsidor, oavsett om man sökt upp politisk information eller ej. Det vill säga då medborgarna tar del av, läser, diskuterar och delar innehåll på sociala medier är det möjligt att deras deltagande ökar (Strandberg & Borg, 2020).

### 2.5.1 Mobiliseringsteorin

Mobiliseringsteorin hävdar att sociala medier sänker tröskeln för det politiska deltagandet på en mängd olika sätt. Teorin menar att de som väljer att inte engagera sig, gör detta för att de inte har möjlighet att engagera sig eller att de inte är tillfrågade. Med detta syftar man på det faktum att de som inte har möjligheter att engagera sig saknar resurser (tid, pengar och kunskaper), inte att de skulle sakna ett intresse för politik (Fjellman et al., 2018). De som avstått eller varit mindre involverade i offentliga angelägenheter, vilket ofta gäller ungdomar kommer via online medier öka på sitt samhällsengagemang (Norris, 2000).

Fördelen med sociala medier är framför allt att det möjliggör en mycket lättare informationsspridning och till en mycket lägre underhållningskostnad. Sociala medier är en plattform som ”alla” har tillgång till, var det dessutom är mycket effektivt och enkelt att sprida budskap via. Till skillnad till traditionella medier är detta ett mycket mer smidigt och lätt sätt. Sociala medier skapar nya möjligheter och nya former av politiska handlingar vilket gör själva deltagandet betydligt mer flexibelt än tidigare. Olika handlingar på de olika sociala media plattformarna är saker som går att göra snabbt och som varken kräver desto större kunskaper eller övriga resurser. Till exempel en sådan sak som att gilla eller dela någon typ av politiskt material tar endast några sekunder till skillnad till traditionella politiska handlingar som oftast kräver enormt mycket mer. Allt detta leder till att fler personer mobiliseras och engagemanget blir mycket bredare, även när det gäller personer som är mindre intresserade av politik. Därför blir också själva deltagandet bredare (Fjellman et al., 2018).

Mobiliseringsteorin handlar alltså om att själva strukturen för det politiska deltagandet förändras tack vare de sociala medierna, dessa kräver mindre resurser vilket gör deltagandet billigare (Fjellman et al., 2018). Tack vare de förändrade kommunikationsformerna länkas även medborgare samman över hela världen vilket dels sänker på kommunikationskostnaderna, dels främjar nya former av internationell mobilisering. Den mobiliserande effekten kan påverka allt från ökat samhällsengagemang till att utjämna ekonomiska skillnader, vidga vyer för politisk debatt, minska på sociala ojämlikheter samt underlätta och berika överläggningar i den offentliga sfären (Norris, 2000).

### 2.5.2 Förstärkningsteorin

Förstärkningsteorin baserar sig på att strukturer i samhället förstärks eller omformas i de sociala medierna. På detta sätt hävdar teorin att deltagandet inte blir bredare på grund av att det finns övriga faktorer som balanserar eller överträffar de effekterna som skulle kunna sänka på tröskeln för deltagande. Ofta är innehållet i de digitala medierna producerat av väldigt få individer men som når ut till väldigt många, detta är något som brukar kallas för ”power law” distribution. De personer som sedan tidigare har en viss plattform till förfogande har även lättare att nå ut och samtidigt få en spridning på innehållet. Fortsättningsvis behövs ett kunnande för att det skall vara möjligt att kunna formulera sig på ett trovärdigt sätt samt resurser och tillgångar till starka nätverk för att idéerna skall ha en effekt. Samtidigt påstår teorin att även om det är lättare att nå ut med sina idéer och budskap betyder det inte att folk nödvändigtvis vill nå ut med sina egna åsikter. Det politiska intresset anses ha sin grund i mer fundamentala bakgrundsfaktorer som inte blir väckta automatiskt till liv bara tack vare de sociala medierna. Enligt teorin sker alltså ingen mobilisering av nya grupper, dessutom utgår de olika plattformarna från algoritmer som sorterar innehåll vilket betyder att det inte är givet att man når ut med sitt innehåll (Fjellman et al., 2018).

Förstärkningsteorin har därmed också ett samband med strukturer, men det handlar ej om förändrade strukturer i sig, utan i stället handlar det om reproducering var även andra aspekter tas hänsyn till så som resurser och intressen (Fjellman et al., 2018). Teorin antyder alltså att sociala medier kommer att stärka men ej förändra på de redan existerade mönstren av politiskt deltagande. Enligt teorin kan till och med de nya

medierna ses som ett hot i och med att det är möjligt att klyftan mellan de som deltar/ej deltar politiskt kommer att öka (Norris, 2000).

### 2.5.3 Övriga faktorer

Utöver dessa teorier finns det även en del psykologiska och sociologiska förklaringar till politiskt deltagande, som dock denna studie inte kommer att fokusera sig på men som är värt att nämna.

En betydande teori inom socialpsykologin är den sociala identitetsteorin, som hävdar att saker som att tillhöra en grupp eller ett sammanhang är viktig för individen på många olika sätt. Behovet av gemenskap och tillhörighet förverkligas samtidigt som det är kan bistå med en sorts trygghet och uppskattning. När individer känner en stark identifikation med en viss social grupp ökar det samtidigt benägenheten till att delta i protester tillsammans med gruppen (Bäck et al., 2015).

En annan faktor som kan påverka det politiska deltagandet har att göra med den personliga identiteten och självbilden i förhållande till andra, detta är något som kan vara en viktig faktor i hur unga dels uppfattar sig själva, dels hur de vill bli sedda av andra. Tidigare forskningar som gjorts kring hur debatter förs på sociala medier visar att det faktum visa sina politiska färger medför samtidigt förväntningar vilket kan avskräcka från att dela politiskt innehåll. Det kan uppfattas som riskfyllt, vilket i sin tur kan leda till att de som är säkra med sina åsikter är aktiva medan de med osäkra åsikter och politiska självbilder väljer att inte delta (Fjellman et al., 2018).

Klimatet och diskussionen är dessutom ofta lite hårdare på de sociala medierna med risk för polarisering gör också att vissa undviker dessa diskussioner. Dock är det viktigt att komma ihåg att en stor del av diskussioner på sociala medier går idag via privata plattformar var det oftast är lättare och mer bekvämt för individer att uttrycka sig politiskt. I och med att diskussioner på sociala medier saknar därtill en direkt icke-verbal feedback som man i normala fall kan läsa av via bland annat kroppsspråk och röstläge kan leda till att saker och ting både uppfattas och uttrycks fel (Fjellman et al., 2018).

En stor del av dagens plattformar är uppbyggda på basen av algoritmer, dessa i sin tur påverkar hur innehållet visas och för vem. Detta kan leda till något som kallas för ”filterbubblor”, det vill säga personer med en viss ideologisk uppfattning kommer att se mer innehåll som överensstämmer med dess uppfattning. Detta skulle kunna leda till en ökad polarisering och en fragmentisering av den offentliga sfären. Om utvecklingen skulle gå i den riktningen är det sannolikt att konfliktnivån skulle öka i samhället samtidigt som det skulle avskräcka politiskt deltagande (Fjellman et al., 2018). De sociala medierna är även ett ypperligt forum för att diskutera i grupperingar med likasinnade. I dessa kan även ett socialt tryck skapas vilket gör att människor uppfattar att det finns en stor majoritet bakom en viss åsikt så man väljer att ansluta sig till majoriteten. Om man då befinner sig i en minoritetsposition kanske man byter åsikter och ansluter sig till majoriteten eller så väljer man helt enkelt att inte uttrycka sin åsikt överhuvudtaget. Detta är något som det hävdas finnas i digitala medier (Fjellman et al., 2018).

## 2.6 Sammanfattning av referensramen

Flera forskare hävdar att den yngre generationen är orsaken till det sjunkande valdeltagandet samtidigt som andra forskare påstår de yngre visserligen är engagerade, men på ett andra sätt. Det ser ut som att de traditionella sätten att delta politiskt är en sjunkande trend bland unga vilket har lett till att oron kring ungas politiska engagemang växt eftersom det är de traditionella sätten som fortfarande är en väsentlig del i en välfungerande demokrati (Bäck et al., 2015). Samtidigt är det den yngre generationen som formar hur framtidens demokrati kommer att se ut, därför är det viktigt att veta hur väl de unga är engagerade i politik (Loader, 2007).

Trots att den yngre generationen inte deltar i politiken på ett traditionellt sett (till exempel genom att vara aktiva inom partier) tyder forskningar på att unga fortfarande är mycket intresserade av politik. En tänkbar faktor kan vara att de traditionella formerna saknar en dragningskraft, vilket resulterat i att unga i stället väljer att engagera sig på andra sätt (Bäck et al., 2015). Nya media former, speciellt de sociala medierna har visat sig vara ett nytt forum för de unga att engagera och organisera sig (Bäck et al., 2015). Deltagandet online har blivit enklare och är lättillgängligt som speciellt tilltalar den yngre generationen (Andersen et al. 2021). Tack vare sociala medier är det möjligt att engagera sig via personliga handlingar som inte är kopplade

till traditionella organisationer (Bäck et al., 2015). Det finns forskare som anser att de nya medierna en del av problemet varför unga inte engagerar sig medan andra menar att internet kan vara själva lösningen till problemet, att tack vare internet kan de unga återanknytas till politiken (Loader, 2007).

Speciellt yngre generationer anses gynnas mest av ökad användning av sociala medier gällande politik med ett ökat intresse, kunskapsnivå och effektivitet. Det beror på att den yngre generationens politiska attityder är fortfarande i en utvecklingsfas, samtidigt som unga är vanligtvis mer nyfikna och letar efter sätt att uttrycka och marknadsföra sig medan äldre generationer är mer bundna till rutiner. Därför är det mer sannolikt att politiska nyheter påverkar den yngre generationens engagemang i en större grad eftersom de är mer flexibla, öppna och mer mottagliga för media effekter. Över lag anses exponering av politik i sociala medier bidra till såväl direkta som indirekta former av deltagande kopplat till det politiska systemet (Andersen et al. 2021).

Två teorier som berör detta är mobiliserings- och förstärkningsteorin. Mobiliseringsteorin hävdar att internetanvändningen kommer både underlätta och uppmuntra till nya former av politisk aktivism. Teorin påstår att fler människor kommer engagera sig i det politiska livet tack vare internet och sociala medier som minskar på hindren för samhällsengagemang, genom att information finns lättillgängligt och det faktum att det är lätt att integrera människor emellan (Norris, 1999). Det krävs mindre resurser vilket gör deltagandet billigare (Fjellman et al., 2018). I motsats till detta hävdar den mer skeptiska förstärkningsteorin att användningen av internet visserligen kommer att stärka det politiska deltagandet, men inte radikalt förändra redan existerade mönster. Enligt teorin kommer internet att förstärka, kanske till och med vidga avståndet mellan de som är politiskt aktiva och de som inte är det (Norris, 1999).



## 3 Upplägg och genomförande

Detta kapitel kommer jag inleda med en fördjupad förklaring av studiens syfte och forskningsfrågor. Sedan kommer jag redogöra och motivera studiens metod och tillvägagångssätt, varefter studiens material presenteras. Slutligen avslutar jag kapitlet med operationaliseringen gällande variablerna, det vill säga användning av sociala medier och politiskt intresse, samt med en kort beskrivning på hur jag kommer genomföra studien och dataanalysen.

### 3.1 Forskningsdesign

I denna avhandling kommer jag undersöka sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse, specifikt med fokus på yngre finländare. Det som jag vill ta reda på är om det finns ett samband mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse, och hur detta samband ser ut. Det vill säga finns det något samband över huvud taget, är detta samband i så fall positivt eller negativt? Dessutom kommer jag ta reda på hur sambandet ser ut med tanke på ålder, om det är så att det ser annorlunda ut bland yngre finländare jämfört med andra åldersgrupper. Mina forskningsfrågor för studien är följande:

- Hur ser sambandet ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse? Är sambandet positivt, negativt eller finns det något samband över huvud taget?
- I vilken utsträckning varierar sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse enligt ålder?

Min generella uppfattning är att det finns ett positivt samband mellan användning av sociala medier och politiskt intresse, speciellt gällande de yngre generationerna. Förhoppningen är att resultaten från studien kommer att antingen styrka eller förkasta hypoteserna ( $H_1$  &  $H_2$ ), att användning av sociala medier har ett positivt samband, samt att sambandet är starkast bland de yngre generationerna.

**H<sub>1</sub>.** Det finns ett positivt samband mellan användning av sociala medier och politiskt intresse.

**H<sub>2</sub>.** Sambandet mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse är positivt i samtliga åldersgrupper men starkast bland yngre generationer.

Forskningsdesignen som kommer att användas i studien är en tvärsnittsdesign eller en så kallad “surveydesign” (*eng. cross-sectional design*). Vad det innebär i praktiken är att informationen i huvudsak samlats in via enkäter eller strukturerade intervjuer gällande en samling fall från en större population vid ett specifikt tillfälle, för att på så sätt åstadkomma en samling kvantitativa eller kvantifierbara data som rör antingen två- eller fler variabler vilka sedan analyseras med syftet att hitta olika sambandsmönster (Bryman, 2018). Detta ger en bred bild av det som studeras på grund av att informationen baserar sig på en stor mängd data, vilket i sin tur betyder att generaliserbarheten är på en hög nivå (Esaiasson et al., 2017). Eftersom denna studie baserar sig på material från en viss tidpunkt (FNES, 2019) i hopp om att kunna upptäcka mönster eller samband, i detta fall mellan användning av sociala medier och ökat politiskt intresse gör att denna design är lämplig för just denna studie. I och med att det är många (1598 personer) som deltagit i FNES undersökningen är det även lättare att generalisera än om respondenterna är få till mängden. Generaliserbarheten är en mycket viktig aspekt för denna studie, därför är just denna forskningsdesign och detta material passande för studien.

I min studie är jag specifikt intresserad av den yngre generationen men för att upptäcka skillnader mellan övriga generationer (om sådana finns), kommer min slutliga analys även innefatta övriga generationer. Jag kommer utgå ifrån generations uppdelningen som gjorts av Pew Research Center (2018), dels på grund av att det är den senaste modellen men även det faktum att den justeras en del i jämförelse med bland annat Andersen et. al (2020). Justeringarna som gjorts berör specifikt generationerna “Millenials” och “Generation Z”, just dessa generationer är väsentliga i denna avhandling med tanke på fokuseringen på yngre finländare. Bland annat anses numera alla som är födda mellan 1981 och 1996 (i åldrarna 23 till 38, år 2019) vara “Millennials”. Hela generations uppdelningen är presenterad i tabellen nedan (Tabell 1).

*Tabell 1: Definiering av generationer.*

Generation	Ålder	Född
Generation Z	7–22	1997–2012
Millennials	23–48	1981–1996
Generation X	39–54	1965–1980
Boomers	55–74	1946–1964
Silent	74–91	1928–1945

Genom att jämföra sambandet (graden av användning av sociala medier och politiskt intresse) generationer emellan är tanken att ta reda på vilka skillnaderna är, om sådana överhuvudtaget existerar, mellan de olika generationerna medborgare. Eftersom det är specifikt den yngre generationen som är i fokus, är av den orsaken en väsentlig del i jämförelsen att ta reda på om sambandet ser annorlunda ut bland yngre jämfört med andra åldersgrupper.

### 3.2 Metod och material

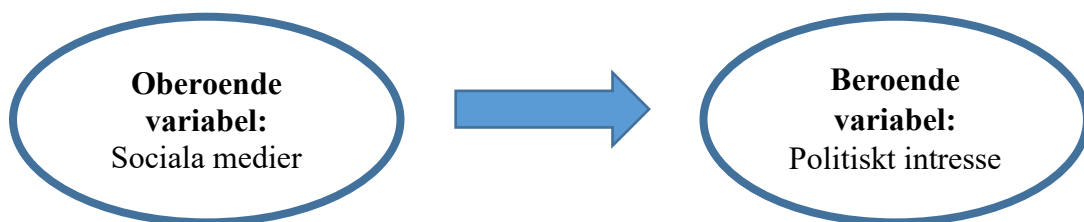
Forskningsmetoden som används i denna studie är en kvantitativ forskningsmetod där själva forskningsfrågorna kommer att besvaras genom en statistisk dataanalys. När det gäller kvantitativa analysmetoder omfattas dessa av matematiska tillvägagångssätt för att analysera siffror. Dessa metoder karakteriseras också av olika sätt att insamla kvantitativa data, oftast i form av olika enkätundersökningar (Eliasson, 2013). Nyttan med kvantitativa metoder är främst generaliserbarheten (den externa validiteten), att man har möjligheten att få en stor jämförbarhet på detta sätt (Bryman, 2018). I denna studie är det framförallt generaliserbarheten som jag är ute efter, vilket i sig är en av de största orsakerna till varför denna studie är kvantitativ istället för kvalitativ.

Esaiasson et al. (2017) menar att en väsentlig del i att uppnå sina mål med själva forskningsproblemet är att identifiera vilka sorters problem man står inför. För det första bör man kunna identifiera om den aktuella frågeställningen är en-, två- eller flervariabel fråga. För det andra måste man veta på vilken skalnivå dessa undersökningsvariabler befinner sig (Esaiasson et al. 2017). Eftersom min avhandling handlar om huruvida det finns ett samband mellan två variabler, är det alltså en två-variabel fråga (bivariat analys) som betyder att undersökningen går ut på att ta reda på om det finns ett samband mellan faktor x och faktor y. Med faktor x syftar man på den

så kallade oberoende variabeln (på engelska independent variable) medan man med faktor y avser den beroende variabeln (på engelska dependent variable) (Esaiasson et al. 2017).

I denna avhandling är det sambandet mellan det politiska intresset och användningen av sociala medier som jag är intresserad av. Med detta i tanke är det användningen av sociala medier som skulle betraktas som den oberoende variabeln (orsaken) och det politiska intresset som den beroende variabeln (effekten) (Figur 1). Dock det som är problematiskt med tvärsnittsdata överlag är att påvisa vad det är som orsakar vad (tidsmässigt sätt). Genom att studera förändringar över tid vore det säkrare att dra kausala slutsatser, det vill säga att variabel x (som i tiden kommer före) orsakar en förändring gällande variabel y. Även om det är omöjligt att påvisa vad som orsakat vad, kan sambandet mellan variablerna utläsas via en statistisk dataanalys (Bryman, 2018). Och detta är precis vad målet är med denna studie.

**Figur 1:** Figur över den oberoende- och beroende variabeln.



Materialet som avhandlingen utgår ifrån är insamlad av FNES eller Finlands nationella valforskningskonsortium. Med nationell valforskning (National Election Studies) syftar man på diverse länders etablerade forskningsverksamhet. Dessa undersöker och utreder regelbundet valrörelser, röstningsbeteenden hos medborgarna, hur det politiska deltagande ser ut och vilka medborgarnas politiska åsikter är (FNES, 2019).

Orsaken till varför just FNES material använts för denna studie är helt enkelt eftersom materialet innehåller de variabler som behövs för att kunna besvara studiens forskningsfrågor. Dessutom är FNES studie av så pass bra kvalité, utförd av experter inom området, vilket innebär att det skulle krävas enormt mycket tid och resurser för att nå liknande resultat på ett till exempel ett kvalitativt sätt. Även andra studier som behandlar liknande frågor har utgått från samma undersökning av FNES, till exempel Huttunen (2022). Ytterligare är generaliserbarheten en stor fördel med att använda sig av FNES material.

Materialet av FNES har samlats in under tidsperioden 17.04.–15.07.2019. Man har utfört besöksintervjuer med strukturerade frågeformulär, vilket betyder att det är samma frågor för alla respondenter, samma ordning på frågorna och samma färdiga svarsalternativ. Totalt har 1598 personer deltagit i undersökningen varav 753 personer även fyllt i ett så kallat drop-off formulär (Borg et al., 2020). Därmed handlar det alltså om två datainsamlingsmetoder:

1. Besöksintervju med strukturerat frågeformulär
2. Drop-off formulär

Strukturerade intervjuer går ut på att samtliga intervjuer skall vara likadana med målet att respondenternas svar kan sammanställas på ett jämförbart sätt. Detta kan endast ske på ett reliabelt vis eftersom svaren utgör reaktioner på identiska frågor som formuleras på ett identiskt sätt, i samma ordning för alla respondenter. Tillsammans med strukturerade intervjuer är enkäter det huvudsakliga instrumentet som används för att samla in data med hjälp av en surveydesign (Bryman, 2018).

Förstås har såväl enkät- och intervjuundersökningar sina för- och nackdelar. Kanske den största skillnaden mellan dessa två metoder är att den mänskliga kontakten saknas gällande enkätundersökningar, eftersom en enkät fylls i på egen hand och kan i vissa fall utföras online (Eliasson, 2013). Det är även något som hänger ihop med nackdelarna med enkäter jämfört med strukturerade intervjuer. Vid enkätundersökningar saknas möjligheten att gå in på djupet med en frågeställning, ställa uppföljningsfrågor och helt enkelt möjligheten att hjälpa respondenten ifall det är något som är oklart (Bryman, 2018). Till exempel om den tillfrågade inte uppfattar frågorna i enkäten, kan det skapa missförstånd och i slutändan fel resultat (Eliasson, 2013). Andra nackdelar med enkäter jämfört med strukturerade intervjuer är bland annat det faktum att alla frågor inte passar i en enkät samtidigt som en enkät inte nödvändigtvis passar alla respondenter, till exempel personer med läs- och skrivsvårigheter. Fördelarna däremot med enkäter i jämförelse med strukturerade intervjuer är att de inte medför någon intervjuareffekt. Dessutom är enkäter oftast snabbare att administrera och kan lättare anpassas efter respondenternas behov (Bryman, 2018).

Respondenterna för FNES undersökning valdes ut med hjälp av kvoturval, vilket är en metod som används då man strävar efter att respondenterna skall representera hela befolkningen på ett så övergripande sätt som möjligt (Bryman, 2018). År 2019, det vill säga samma år som FNES undersökningen gjorts, var Finlands befolkning totalt 5 525 292 (Statistikcentralen, u.å.). Genom att kategorisera befolkningen enligt samma generations uppdelning som denna studien baserar sig på skulle fördelningen se ut på följande sätt (Tabell 2). I samma tabell kan man även utläsa hur många respondenter från respektive generation deltagit i FNES undersökning vilket gör det möjligt att jämföra hur väl respondenterna faktiskt representerar Finlands befolkning. I den slutliga analysen kommer jag dock använda mig av en viktning för en bättre representativitet. Detta är presenteras senare i studien under genomförande och operationalisering. Värt att poängtera att i tabellen nedan (Tabell 2) är 405 469 personer av Finlands befolkning som lämnats bort eftersom det handlar om personer som antingen är yngre än Generation Z eller äldre än Silent. Gällande ”saknas” för FNES undersökning är det personer som valt att inte uppge sin ålder i undersökningen.

**Tabell 2:** Generationer uppdelade enligt Finlands befolkning 2019 och FNES studie.

Generation	N	%	N (FNES)	% (FNES)
Generation Z	975 431	19 %	97	6,1%
Millennials	1 128 576	22 %	314	19,6%
Generation X	1 086 442	21 %	360	22,5%
Boomers	1 374 118	27 %	573	35,9%
Silent	555 256	11 %	234	14,6%
Saknas	-	-	20	1,3%
Totalt	5 119 823	100 %	1598	100%

I och med att jag kommer i min avhandling att fokusera mig på Finland är FNES undersökning ypperlig för detta ändamål eftersom det är specifikt finländare som undersöks. Finland är i allmänhet bra att studera i denna kontext eftersom finländare har långa vanor av internetanvändning och användning av sociala medier. Enligt statistikcentralens undersökning från 2021 framgick det att hela 93 % av finländarna i åldern 16 till 89 år använder sig av internet, och av dessa hela 82 % flera gånger om dagen (FOS, 2021).

### 3.2 Undersökningen reliabilitet & validitet

Reliabilitet och validitet är två viktiga termer gällande undersökningens giltighet och pålitlighet. Även om dessa två termer ofta ses som synonymer till varandra så handlar reliabiliteten om pålitligheten, följdriktigheten och överensstämmelsen på ett mått medans validiteten handlar om huruvida en eller flera indikatorer som utformats i syfte att mäta ett begrepp verkligen mäter just detta begrepp (Bryman, 2018). En väsentlig del i att en undersökning skall vara pålitlig och giltig är att undersökningen skall gå att upprepas, och även då ge samma resultat. För att lyckas med detta bör mätningarna utföras och bearbetas noggrant. Det är viktigt att försäkra sig om att mätningarna genomförs exakt likadant oavsett tid och rum (Eliasson, 2013).

Gällande reliabiliteten finns det tre viktiga faktorer att ta ställning när det handlar om huruvida ett mått är reliabelt eller ej. Dessa är stabiliteten hos ett mått, den interna reliabiliteten samt överensstämmelsen mellan olika observatörer (Bryman, 2018).

Med stabiliteten syftar man på hur väl måttet är stabilt över tid, det vill säga om man utfört en mätning två gånger efter varandra kommer resultaten inte att skiljas åt. Vad gäller den interna reliabiliteten är den väsentliga frågan, är de indikatorer som utgör en skala eller ett index pålitliga och följdriktiga. Den tredje faktorn, överensstämmelsen mellan olika observatörer handlar om hur väl observatörer eller bedömare gör subjektiva bedömningar. Till exempel om det är flera observatörer inblandade kan det finnas risk för att överensstämmelsen mellan deras bedömningar är för små (Bryman, 2018).

Undersökningen av FNES har man utfört som besöksintervjuer med strukturerade frågeformulär vilket betyder att samtliga intervjuer är likadana, med identiska frågor i samma ordning för alla respondenter. Målet med detta är att respondenternas svar kan sammanställas på ett jämförbart sätt. I och med detta tillvägagångssätt möjliggör man att undersökningen utförs på ett reliabelt sätt med en hög validitet.

### 3.3 Genomförande och operationalisering

Från FNES undersökning kommer jag använda de frågeställningarna som är aktuella för min studie. Dessa är hur det politiska intresset ser ut (Tabell 3, *Q01: Hur intresserad är du av politik?*) samt hur mycket man använder sig av sociala medier

generellt sett (Tabell 4, *P10: Hur ofta använder du sociala medier, exempelvis Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat?*) samt specifikt under valtider (Tabell 5, *K1: I vilken utsträckning följde du med valet i olika medier? K1\_12: Sociala medier, t.ex. Facebook, Twitter eller Instagram*). Dessa tre variabler befinner sig på ordinalskalenivån eftersom det handlar om variabler som kan rangordnas och klassificeras (Djurfeldt et. al, 2003).

**Tabell 3: Hur intresserad är du av politik?**

Politiskt intresse	N	%	N (med vikt)	% (med vikt)
Mycket intresserad	436	27,3 %	379	23,7 %
Ganska intresserad	752	47,1 %	737	46,1 %
Bara lite intresserad	322	20,1 %	361	22,6 %
Inte alls intresserad	83	5,2 %	115	7,2 %
Vet ej (spontant)	5	0,3 %	7	0,4 %
Totalt	1598	100 %	1598	100 %

**Tabell 4: Hur ofta använder du sociala medier?**

Användning av sociala medier (allmänt)	N	%	N (med vikt)	% (med vikt)
Dagligen, mer än 4 h	70	9,4 %	93	12,5 %
Dagligen, mindre än 4 h	289	38,7 %	310	41,5 %
Några gånger i veckan	73	9,8 %	58	7,7 %
Mer sällan	71	9,5 %	69	9,2 %
Aldrig	244	32,6 %	217	29,1 %
Totalt	747	100 %	747	100 %

**Tabell 5: I vilken utsträckning följde du med valet i sociala medier?**

Användning av sociala medier (valtider)	N	%	N (med vikt)	% (med vikt)
Mycket	109	6,8 %	108	6,7 %
Ganska mycket	274	17,1 %	288	18 %
Bara lite	368	23,1 %	371	23,2 %
Inte alls	840	52,6 %	824	51,6 %
Vet ej (spontant)	7	0,4 %	7	0,4 %
Totalt	1598	100 %	1598	100 %

Utöver detta kommer även generationer (ålder) studeras i relation till dessa variabler. Den specifika frågeställningen gällande ålder som kommer att användas är: *DI. Ditt*



*födelseår (öppen fråga)*. Dessa kommer sedan kategoriseras och kodas om i SPSS till generationer enligt en generations uppdelning (Tabell 1) framtagen av Pew Research Center från 2019, det vill säga samma år som FNES undersökning utförts vilket gör den lämplig för denna avhandling. Efter att ålder kodats om till generation framgår det i tabellen nedan (Tabell 6) hur många respondenter från respektive generation deltagit i undersökningen. I och med att denna variabel omkodas och grupperas görs den om till en ordinalvariabel.

**Tabell 6:** Ditt födelseår, omkodat om till generationer.

Generation	N	%	N (med vikt)	% (med vikt)
Generation Z	97	6,1 %	118	7,4 %
Millennials	314	19,6 %	351	22 %
Generation X	360	22,5 %	399	25 %
Boomers	573	35,9 %	500	31,3 %
Silent	234	14,6 %	199	12,5 %
Saknas	20	1,3 %	29	1,8 %
Totalt	1598	100 %	1596	100 %

Även om studien av FNES är av väldigt hög kvalité representerar den ej Finlands befolkning till 100 % vilket även konstaterats tidigare i studien (Tabell 2). Däremot genom att använda sig av en viktning i analysen kommer den finländska befolkningen representeras på ett mer sannolikt sätt. Viktning innebär att de undersökningsenheter som är under-, överrepresenterade i studien kompenseras i efterhand med en så kallad vikt för att på så sätt motsvara den relativa andelen av befolkningen. På så sätt får man en mer rättvis och sannolik bild av befolkningen (Djurfeldt et. al, 2003).

Det är viktigt att poängtera att vissa frågeställningar är tagna från själva intervjudelen och andra från drop-off formuläret, vilket i sin tur betyder att det totala antalet deltagare skiljer sig åt dessa emellan. Totalt är det 1598 personer som intervjuats varav det är 753 personer som även fyllt i drop-off formuläret (Borg et al., 2020).

### 3.4 Dataanalys

Statistiska analysmetoder används då man har som mål att sammanfatta en stor mängd insamlad data till sammanfattade beskrivningar. Dessa utgörs av olika statistiska mått

som till exempel procentenheter, medelvärden eller sambandsmått. Dock är statistik i sig endast en av många metoder som kan användas för att beskriva verkligheten eller testa och pröva teorier och hypoteser (Esaiasson et al. 2017).

Jag kommer i min analys ta reda på om det finns ett samband mellan användning av sociala medier och nivån av politiskt intresse, samt om det finns variationer i detta samband beroende på ålder (generation). Det vill säga finns det ett samband mellan variabel x (användning av sociala medier) och variabel y (politiskt intresse), och göra jämförelser generationer emellan.

För att ta reda på hur de olika generationerna förhåller sig till de frågor som valts ut för denna studie, kommer jag med hjälp av korstabeller utföra sambandsanalyser två variabler emellan i SPSS. Dessa kan redovisas som antingen frekvenser eller procentenheter (Esaiasson et al. 2017). När man utför en korstabellsanalys handlar det ofta om att försöka reducera antalet variabler, för att på så sätt öka överskådligheten för läsaren så att det blir lättare att tolka tabellerna. Ifall någon kategori innehåller för få observationer kan analysen även gynnas av att man slår ihop närliggande kategorier. Dock är det viktigt att poängtera att man aldrig skall förenkla så mycket att man går miste om värdefull information vilket kan resultera i att man missar samband (Djurfeldt et. al, 2003). Jag har i min dataanalys valt att slå ihop generationerna: Generation Z och Millennials, samt Boomers och Silent för att på så sätt få en högre frekvens. Sedan har jag även slätt ihop variablerna för politiskt intresse från fyra variabler (mycket intresserad, ganska intresserad, bara lite intresserad och inte alls intresserad) till antingen högt eller lågt politiskt intresse eftersom det i slutändan är det som jag är intresserad av att undersöka. Dessutom har jag valt att reducera variablerna gällande användning av sociala medier till: låg, medel och hög användning.

Utöver korstabeller kommer jag även utföra ett  $\chi^2$ -test eftersom man med chi-kvadrat kan utläsa signifikansen. Generellt sett är något signifikant då det uppmätta p-värdet är högst lika med och helst under 0,05 (5 %) (Djurfeldt et. al, 2003). Efter att jag undersökt huruvida sambandet är signifikant eller ej kommer jag ännu utföra ett Cramer's V-test för att testa styrkan i sambandet, det vill säga hur starkt sambandet är två variabler emellan. Gällande tolkningen av sambandsvärdenas styrkegrader kommer jag utgå ifrån Cohen (1988, enligt Peterstatics) som baserar tolkningen på

antalet frihetsgrader. Detta är presenterat i tabellen nedan (Tabell 7), var frihetsgraderna som används är minimumvärdet av antalet rader och kolumner, minus 1.

**Tabell 7:** Sambandstyrkans tolkning utifrån Cramer's  $V$ .

Frihetsgrader (df)	Obetydlig	Svag	Medium	Stark
1	$0 < 0,10$	$0,10 < 0,30$	$0,30 < 0,50$	0,50 eller mer
2	$0 < 0,07$	$0,07 < 0,21$	$0,21 < 0,35$	0,35 eller mer
3	$0 < 0,06$	$0,06 < 0,17$	$0,17 < 0,29$	0,29 eller mer
4	$0 < 0,05$	$0,05 < 0,15$	$0,15 < 0,25$	0,25 eller mer
5	$0 < 0,05$	$0,05 < 0,13$	$0,13 < 0,22$	0,22 eller mer

(Peterstatistics, u.å.)

## 4 Resultat

I detta kapitel kommer jag presentera resultaten av undersökningen i form av tabeller och tolkningar av dessa. Samtliga analyser har genomförts med viktade data för en bättre representativitet. Först presenteras tabeller över sambandet mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett. Efter det presenteras tabeller över sambandet mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider. Detta för att på så sätt ta reda på om sambandet ser annorlunda ut mellan politiskt intresse och användningen av sociala medier generellt sett och specifikt under valtider. Resultatet presenteras i form av korstabeller, en egen tabell för varje generation följt av chi-kvadrat och Cramer's V.

I de tre följande tabellerna (Tabell 8–10) kan man utläsa hur väl användning av sociala medier generellt sett har ett samband med politiskt intresse. Först presenteras den yngsta generationen: Millennials och Generation Z, sedan Generation X och slutligen den äldsta generationen: Boomers och Silent.

Resultatet tyder på att sambandet mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier inte är statistiskt signifikant, detta gällande alla generationer eftersom p-värdet för samtliga generationer (Tabell 8–10) är högre än 0,05. Detta betyder att man inte kan förkasta noll hypotesen, det vill säga att det inte finns något samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier. Om p-värdet för chi-kvadrat testet hade varit lägre än 0,05 så vore det möjligt att konstatera ett statistiskt samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett. Närmast 0,05 var dock den yngsta generationen vilket ändå kunde eventuellt tyda på att, om någon generation skulle ha ett signifikant statistiskt samband så skulle det vara den yngsta generationen.

**Tabell 8:** Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Millennials & Generation Z).

Politiskt intresse	Allmän användning av Sociala Medier							
	Låg		Medel		Hög		Totalt	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	9	36 %	28	23,1 %	23	39 %	60	29,3 %
Högt/mycket högt	16	64 %	93	76,9 %	36	61 %	145	70,7 %
Totalt	25	100%	121	100%	59	100%	205	100%

$\chi^2$  (df=2, N=205) = 5,432,  $p < 0,066$ ; Cramer's V = 0,163.

**Tabell 9:** Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Generation X).

Politiskt intresse	Allmän användning av Sociala Medier							
	Låg		Medel		Hög		Totalt	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	20	40,8 %	28	25,7 %	5	21,7 %	53	29,3 %
Högt/mycket högt	29	59,2 %	81	74,3 %	18	78,3 %	128	70,7 %
Totalt	49	100 %	109	100 %	23	100 %	181	100 %

$\chi^2$  (df=2, N=181) = 4,460,  $p < 0,108$ ; Cramer's V = 0,157.

**Tabell 10:** Samband mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier (Boomers & Silent).

Politiskt intresse	Allmän användning av Sociala Medier							
	Låg		Medel		Hög		Totalt	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	56	26,8 %	21	26,9 %	1	9,1 %	78	26,2 %
Högt/mycket högt	153	73,2 %	57	73,1 %	10	90,9 %	220	73,8 %
Totalt	209	100 %	78	100 %	11	100 %	298	100 %

$\chi^2$  (df=2, N=298) = 1,726,  $p < 0,422$ ; Cramer's V = 0,076.

Utöver sambandet mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier, har jag även utfört korstabeller gällande politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider. Detta är något som presenteras i tabellerna nedan (Tabell 11–13). Även dessa presenteras i samma ordningsföljd, det vill säga först presenteras den yngsta generationen: Millennials och Generation Z, sedan Generation X och slutligen den äldsta generationen: Boomers och Silent.

Till skillnad från sambandet mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett så är sambandet mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider signifikant för samtliga generationer. Det är något som chi-kvadrattestet visar eftersom p-värdet för alla generationer är lägre än 0,5. För generationen Millennials & Generation Z (Tabell 11) är relationen mellan variablerna signifikant,  $\chi^2$  (df=1, N=465) = 66,456,  $p < 0,001$ , likaså för Generation X (Tabell 12),  $\chi^2$  (df=1, N=397) = 23,304,  $p < 0,001$ , samt för generationen Boomers & Silent (Tabell 13),  $\chi^2$  (df=1, N=694) = 25,704,  $p < 0,001$ . Själva styrkan på sambandet är dock något som varierar generationer emellan. Utgående från Cohens tolkning (Tabell 7) så har alla generationer samma frihetsgrad eftersom korstabellerna är uppbyggda på samma vis. Frihetsgraderna som används för att tolka Cramer's V-testet är minimumvärdet av antalet rader och kolumner, minus 1, vilket skulle betyda att frihetsgraden för samtliga generationer är; df=1. Resultatet från Cramer's V-testet gällande den yngsta generationen (Cramer's V=0,378) tyder på att sambandsstyrkan är medium. För Generation X (Tabell 12) visar resultatet (Cramer's V=0,242) att styrkan på sambandet är svagt. Det samma gäller även den äldsta generationen (Tabell 13), (Cramer's V=0,192) med ett ännu lägre resultat. Med detta sagt är sambandsstyrkan som starkast hos den yngsta generationen.

**Tabell 11:** Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Millennials & Generation Z).

	Allmän användning av Sociala Medier under valtider					
	Låg		Hög		Totalt	
Politiskt intresse	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	130	49,8 %	28	13,7 %	158	34 %
Högt/mycket högt	131	50,2 %	176	86,3 %	307	66 %
Totalt	261	100 %	204	100 %	465	100 %

$\chi^2$  (df=1, N=465) = 66,456,  $p < 0,001$ ; Cramer's V = 0,378.

**Tabell 12:** Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Generation X).

Politiskt intresse	Allmän användning av Sociala Medier under valtider					
	Låg		Hög		Totalt	
	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	101	36,1 %	14	12 %	115	29 %
Högt/mycket högt	179	63,9 %	103	88 %	282	71 %
Totalt	280	100 %	117	100 %	397	100 %

$\chi^2$  (df=1, N=397) = 23,304,  $p < 0,001$ ; Cramer's V = 0,242.

**Tabell 13:** Samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider (Boomers & Silent).

Politiskt intresse	Allmän användning av Sociala Medier under valtider					
	Låg		Hög		Totalt	
	N	%	N	%	N	%
Lågt/mycket lågt	188	30,1 %	1	1,4 %	189	27,2 %
Högt/mycket högt	437	69,9 %	68	98,6 %	505	72,8 %
Totalt	625	100 %	69	100 %	694	100 %

$\chi^2$  (df=1, N=694) = 25,704,  $p < 0,001$ ; Cramer's V = 0,192.

#### 4.1 Summering av resultat

Syftet med denna avhandling var att ta reda på hur sambandet ser ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse. Om sambandet är positivt, negativt eller om det finns något samband över huvud taget? Jag valde att studera sambandet mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett, samt specifikt under valtider. Utöver detta undersöktes till vilken grad sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse varierar beroende på ålder.

Resultatet från denna avhandling tyder på att sambandet mellan politiskt intresse och allmän användning av sociala medier inte är statistiskt signifikant, oavsett ålder. Däremot visar resultatet att det finns ett samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider, dessutom är sambandet starkare bland de yngre generationerna i jämförelse med de äldre. I nästa kapitel kommer jag ytterligare analysera och diskutera resultatet mer grundligt.

## 5 Slutsats och diskussion

I detta kapitel kommer jag diskutera resultaten från dataanalysen med en genomgång av mina frågeställningar och hypoteser, hur väl dessa bekräftades eller ej. Mina frågeställningar för avhandlingen handlade om hur sambandet ser ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse, om sambandet är positivt, negativt eller om det ens finns något samband, samt i vilken utsträckning sambandet varierar enligt ålder.

För att utföra min studie valde jag att utgå ifrån material insamlat av FNES från 2019. Detta på grund av att deras material innehöll de variabler jag behövde för att kunna besvara frågeställningarna, samt det faktum att undersökningen är av hög kvalitet, vilket även är en orsak till att flera liknande studier utgått ifrån samma material. Dessutom var generaliserbarheten en viktig faktor i val av material vilket ytterligare gjorde FNES undersökning lämplig för min avhandling. Dock är det viktigt att poängtera att FNES undersökningen är gjord år 2019, vilket betyder att saker och ting har utvecklats sedan dess. Till exempel var inte TikTok nämnt i FNES undersökning, som numera räknas till en av de största kanalerna bland unga. Faktum är att TikTok har under senaste tiden uppmärksammats i flera medier, hur det är en ypperlig plattform för att tilltala yngre generationer. Bland annat skriver YLE (Malminen, 2023) hur partiets enkla budskap, effekter och videor tilltalar unga var enkla budskap förmedlas och förstärks. Det kan innebära att resultatet skulle sett annorlunda ut om materialet för undersökningen skulle ha genomförts i år, 2023. Dessutom var den ena frågeställningen (*P10. Hur ofta använder du sociala medier (exempelvis Instagram, Facebook, Twitter, Snapchat)?*) tagen från drop-off formuläret som hade ett mindre antal respondenter i jämförelse med frågeställningen gällande användning av sociala medier under valtider. Dessutom var vissa undersökningsenheter under- eller överrepresenterade. Dock genom att använda sig av en viktning i dataanalysen kan saker som detta korrigeras, åtminstone till en del. Det vill säga att undersökningsenheter som är under- respektive överrepresenterade kompenseras i efterhand för att motsvara den verkliga andelen. Det är något som jag gjort, även för de olika generationerna eftersom undersökningen av FNES inte representerar den finländska befolkningen till 100 %. Gällande generationer så var det speciellt den yngsta generationen (Generation Z) som var underrepresenterad i FNES studie (N=97,



%=6,1), eftersom samma år som studien gjordes var den generationen i fråga 19 % av hela Finlands befolkning. Det är något som kan ha påverkat resultatet en del, speciellt med tanke på att det var särskilt den yngre generationen jag var intresserad av i min studie.

Min första frågeställning var: hur ser sambandet ut mellan användning av sociala medier och politiskt intresse och sambandet positivt, negativt eller finns det något samband över huvud taget? Min hypotes var att det finns ett positivt samband mellan användning av sociala medier och politiskt intresse. Med facit i hand ser det ut som att det inte finns något statistiskt signifikant samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett. Detta oavsett ålder. Dock efter att jag utfört  $\chi^2$ -test för samtliga generationer var det den yngsta generationen som var närmast 0,05, det vill säga det p-värdet som definierar signifikans (med ett p-värde på 0,066). Det kunde eventuellt ändå tyda på att, om någon generation skulle ha ett signifikant statistiskt samband så skulle det vara den yngsta generationen. Dock som jag nämnde tidigare så var den yngsta generationen lite underrepresenterad vilket även kan ha påverkat resultatet. Även om det inte finns något statistiskt signifikant samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett så visar resultatet att det fanns ett samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider. Det vill säga användning av sociala medier under valtider har ett positivt samband med politiskt intresse. Det betyder att min hypotes bekräftas när det kommer till användning av sociala medier under valtider men ej när det handlar om användning av sociala medier generellt sett. Värt att poängtera är även den realiteten att politiskt innehåll oftast produceras för sociala medier i mycket större mängder under valtider i hopp om att locka röster, det betyder att i ”normala” tider stöter man inte på politiskt innehåll i samma skala som under valtider. Med det i beaktande kunde man tänka sig att sociala medier har en potential att mobilisera människor i större grad, ifall innehåll skulle produceras i större mängder utöver valtider.

Min andra frågeställning var: i vilken utsträckning varierar sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse enligt ålder? Min hypotes var att sambandet mellan graden av användning av sociala medier och politiskt intresse är positivt i samtliga åldersgrupper men starkast bland yngre generationer. Som jag redan

konstaterat tidigare fanns det inget statistiskt signifikant samband mellan politiskt intresse och användning av sociala medier generellt sett, oavsett ålder. Däremot fanns det ett positivt samband för alla generationer mellan politiskt intresse och användning av sociala medier under valtider. Chi<sup>2</sup>-testet för samtliga generationer var;  $p < 0,001$ , vilket betyder att relationen mellan variablerna var signifikant. För att ta reda på styrkan i sambandet utförde jag ett Cramer's V test för samtliga generationer. Resultatet från testet visade att styrkan var olika generationer emellan. Sambandet var som starkast bland den yngsta generationen (Cramer's  $V=0,378$ ), och blev svagare för varje efterföljande generation. Detta skulle bekräfta min hypotes att sambandet är positivt för alla generationer men starkast bland yngre generationer, dock endast när det handlar om användning av sociala medier under valtider. Dessutom tyder resultatet på att majoriteten av den yngsta generationen (Millennials & Generation Z) ändå är politiskt intresserad oavsett användningsgrad av sociala medier vilket följaktligen skulle förkasta den stereotypin som ofta nämns i medier, att unga saknar ett politiskt intresse.

Med tanke på teorierna för avhandlingen, det vill säga mobiliserings- och förstärkningsteorin så kan man konstatera att sociala medier ändå har en mobiliserande effekt i och med att det faktiskt finns ett statistiskt signifikant samband, även om detta samband är endast signifikant specifikt under valtider. Personligen tror jag att sambandet mellan användning av sociala medier och politiskt intresse enbart ökat sedan FNES undersökning från 2019. Vilket eventuellt kunde betyda att sambandet skulle vara starkare idag än 2019. Bland annat är artikeln av Malminen (YLE, 2023) ett bra exempel på hur partier lyckats locka och tilltala unga via TikTok på ett effektivt sätt. Som även mobiliseringsteorin hävdar så skapar sociala medier nya möjligheter och nya former av politiska handlingar vilket gör själva deltagandet betydligt mer flexibelt än tidigare, något som speciellt tilltalar de yngre generationerna. Eller som Fjellman et al. (2018) beskriver hur det numera tar endast några sekunder att gilla eller dela någon typ av politiskt material tack vare sociala medier i jämförelse med traditionella politiska handlingar som oftast är mycket mer tidskrävande. Bara en sådan sak leder till att fler personer mobiliseras och engagemanget blir mycket bredare, även när det kommer till personer som är mindre intresserade av politik (Fjellman et al., 2018).

Fortsättningsvis är sociala medier och dess betydelse i en ständig utveckling, såväl generellt sett men även med tanke på politisk information och kampanjverksamhet. Det betyder att det kommer att behövas mer forskning kring ämnet framöver. Nya plattformar skapas som speciellt tilltalar yngre generationer var politiskt innehåll är lättillgängligt, lätt att konsumera och lätt att integrera med. Denna avhandling ger en bild av hur sociala medier, åtminstone delvis har ett samband med det politiska intresset och kanske bidragit till att väcka intresse för fortsatt forskning kring ämnet i fråga.

## Litteraturförteckning

- Andersen, K., Ohme, J., Bjarnøe, C., Bordacconi, M.J., Albæk, E., De Vreese, C.H. (2021). *Generational Gaps in Political Media Use and Civic Engagement: From Baby Boomers to Generation Z*. New York, NY: Routledge.
- Bengtsson, Å. & Christensen, H.S. (2009). *Politiskt deltagande i Finland – Spridning och drivkrafter*. i *Politiikka* 51:2, s. 77–95.
- Borg, S., Kestilä-Kekkonen, E. & Wass H. (2020). *Politiikan ilmastonmuutos: Eduskuntavaalitutkimus 2019*. Oikeusministeriö.
- Byrman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Liber.
- Bäck, E., Bäck, H. & Gustafsson N. (2015) *Ungas politiska deltagande – Nya former och aktivitet genom sociala medier?* Lund Univeristy. 2014 års demokratiutredning.
- Djurfeldt, G., Larsson, R. & Stjärnhagen, O. (2003). *Statistisk verktyglåda: Samhällsvetenskaplig orsaksanalys med kvantitativa metoder*. Studentlitteratur.
- Ekman, J. & Amnå, E. (2009). *Political participation and civic engagement: Towards a new typology*. *Human Affairs* 22 (3).
- Eliasson, A. (2013). *Kvantitativ metod från början*. Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A. & Wängnerud L. (2017) *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. Wolters Kluwer.
- Finlands officiella statistik (FOS). *Bakgrundsanalys av väljare 2019, 1. Röstande i riksdagsvalet 2019*. Helsinki: Statistikcentralen.
- Finlands officiella statistik (FOS). *Befolkningens användning av informations- och kommunikationsteknik* [e-publikation]. ISSN=2341-8702. 2021. Helsingfors: Statistikcentralen [hänvisat: 13.2.2023]. Åtkomstsätt: [http://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi\\_2021-11-30\\_tie\\_001\\_sv.html](http://www.stat.fi/til/sutivi/2021/sutivi_2021-11-30_tie_001_sv.html)
- Finlands nationella valforskningskonsortium (2023). *Valforskningskonsortiet*. <https://www.vaalitutkimus.fi/sv/valforskningskonsortiet/>
- Fjellman, E., Gustafsson, N. & Rosén Sundström, M. (2018). *Ungas politiska (icke-) deltagande på sociala medier – hellre offline?* Sociologisk Forskning.
- Hadenius, A. (2006). *Demokrati: En jämförande Analys*. Liber.
- Harrinvirta, M. O. (2019). *Myytti nuorten poliittisesta passiivisuudesta – Poliitikasta. Poliitikasta.fi*.

- Huttunen, J. (2022). *Young people, democracy and political participation. Four perspectives on younger citizens' democratic engagement in Finland.* Painosalama.
- Kestilä-Kekkonen, E. & Korvela, P-E. (2017). *Poliittinen osallistuminen – Vanhan ja uuden osallistumisen jännitteitä.* Kirjoittajat ja Jyväskylän Yliopisto.
- Loader D., B. & Marcea, D. (2012). *Social Media and Democracy. Innovations in participatory politics.* Routledge.
- Loader D., B. (2007). *Young Citizens in the Digital Age – Political engagement, young people and new media.* Routledge.
- Malmiinen, U./Svenska YLE (2023). *Sannfinländarna är störst bland unga på Tiktok – expert: Partiets anhängare är flitiga budbärare.* Svenska YLE. <https://svenska.yle.fi/a/7-10031262>.
- Myllyniemi, S. (2013). *Vaikuttava osa. Nuorisobarometri 2013.* Helsinki: Opetus- ja kulttuuriministeriö, Nuorisosaain neuvottelukunta, Nuorisotutkimusverkosto.
- Norris, P. (2000). *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies.* Cambridge Univeristy Press.
- Norris, P. (2002). *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism.* Cambridge Univeristy Press.
- Norris, P. (1999). *Who Surfs? New Technology, Old Voters and Virtual Democracy in the 1996 and 1998 US Elections.* Revised draft for Kamarck, E. (ed) Democracy.com?
- Nurmela, S. & Pehkonen, J. (2003). *”Kyllä politiikalle mutta...” Nuoret ja eduskuntavaalit 2003.* Helsinki: Yliopistopaino Oy.
- Palmen, F. (2017). *Många unga stannar hemma på valdagen.* Svenska YLE.
- Pekkarinen, E. & Myllyniemi, S. (2018). *Vaikutusvaltaa Euroopan laidalla. Nuorisobarometri 2018.* Helsinki: Valtioneuvosto, Nuorisotutkimusseura, Nuorisotutkimusverkosto, Opetus- ja kulttuuriministeriö.
- Peterstatistics, (u.ä.). *Tolkningar för Cramer's V.* <https://peterstatistics.com/>
- Settle Jamie E. (2018). *Frenemies – How social media polarizes America.* Cambridge Univeristy Press.
- Strandberg, K. & Borg, S. (2020). *Politiikan ilmastonmuutos – Eduskuntavaalitutkimus 2019. Internet ja sosiaalinen media osana vaalikampanjaa,* S.103–122. Oikeusministeriö.
- Verba, S., Nie, N. H., Kim J-O. (1978). *Participation and Political Equality: A Seven-Nation Comparison.* Chicago: Chicago Univeristy Press.

# Bilagor