

Har rösten ett värde?

En kvantitativ studie som söker svar om röstens värde i förhållande till yttrandefriheten

Av: Felicia Várnäs

Handledare: Lars Lundgren och Per Ståhlberg
Södertörns högskola | Institutionen för Kultur och lärande
Kandidatuppsats 15 hp
Medie- och kommunikationsvetenskap | Höstterminen 2020
Programmet för Medievetarprogrammet



ABSTRACT

Författare: Felicia Várnäs

Handledare: Lars Lundgren och Per Ståhlberg

Titel: Har rösten ett värde?

Undertitel: En kvantitativ studie som söker svar om röstens värde i förhållande till yttrandefriheten

Termin: HT 2020

Sidor: 49

Uppsatsen undersöker vilka attityder och värderingar som finns inom en grupp människor gällande röstens värde i förhållande till yttrandefriheten. Svaren har sökts genom att formulera frågeställningar om röstens värde och process utifrån Nick Couldrys (2010) röstteori. För att påvisa värderingar och attityder som råder används John Durham Peters (2005) förklaringar av teori om de tre intellektuella positioneringarna samt John Stuart Mills (1963) teori om yttrandefriheten. De teoretiska begreppen operationaliseras metodologiskt genom att nyttja en kvantitativ metod. Materialet i form av en enkätstudie samlades in via två Facebookgrupper som med stor sannolikhet bevitnat situationer i relation till yttrandefriheten bland digitala miljöer.

De huvudsakliga slutsatserna för studien är att grupperna anser att dess röst inte alltid har ett värde bland digitala miljöer (Couldry 2010, s. 2). De sammanlänkade processerna som rösten är en del av ses viktiga att respektera enligt de två grupperna. Dock infinner sig en bristande respekt på sociala medier vilket resulterar i en rädsla att inte våga uttrycka sina åsikter. Därmed formas till viss del ett klimat som underminerar rösten (Couldry 2010, s. 2). Vidare identifieras olika positioneringar bland grupperna bland annat drag av modernister som motverkar yttrandefriheten genom att ta avstånd och värdera röster olika (Peters 2005, s. 2). Detta motverkar i sin tur framtida innovation och samhällsutveckling (Mill 1963, s.245). Slutligen ger studien ett intressant resultat som förhoppningsvis kan inspirera till en fortsatt forskning om röstens värde i förhållande till yttrandefriheten.

Nyckelord: Cancel-culture, raderingskultur, sociala medier, röstens värde, yttrandefrihet, Couldry, nyliberalism, modernister, postmodernister, anti-modernister.

Förord

Denna uppsats har författats av mig, Felicia Vårnäs. Jag intygar och är medveten om de krav som ställs på mig för att kunna kalla denna studie mitt eget verk enligt Urkunds Plagiathandbok. Jag intygar att denna studie är mitt eget verk.

Innehållsförteckning

HAR RÖSTEN ETT VÄRDE?	0
ABSTRACT	1
FÖRORD.....	2
1. INLEDNING.....	5
2. TIDIGARE FORSKNING	7
2.1 ETT STÖRRE FÄLT	7
2.2. INDIVIDER INFLUERAS AV NÄTVERKSSTORLEKEN	8
2.3 NYA MEDIER KRÄVER ÖKAD KUNSKAP	9
2.4 CANCEL-CULTURE PÅ TWITTER.....	10
2.5 ÖNSKAN OM YTTERLIGARE STUDIER AV CANCEL-CULTURE	11
3. PROBLEMFÖRMULERING.....	12
4. SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR.....	13
4.1 SYFTE	13
4.2 FORSKNINGSPRÅGOR:	13
5. TEORETISKT RAMVERK	14
5.1 TRE INTELLEKTUELLA OCH MORALISKA STÅNDPUNKTER.....	14
5.2 YTTRANDEFRIHET	15
5.3 RÖSTEN SOM VÄRDE OCH PROCESS.....	17
5.3.1 Röst.....	17
5.3.2 Röst som ett värde och en process	18
5.4 TEORETISKA BEGREPP	18
6. METOD OCH MATERIAL	20
6.1 METOD	20
6.2 MATERIAL	20
6.3 AVGRÄNSNING	20
6.3.1 Facebookgruppen "t-time"	21
6.3.2 Facebookgruppen "Händer i Rönninge, Salem med omnejd"	22
6.4 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	22
6.4.1 Motivera och bygga ett förtroende.....	22
6.4.2 Frågor och svarsalternativ.....	22
6.4.2 Operationalisering av begrepp.....	23
6.4.3 Pilotstudie.....	23
6.4.4 Enkätstudiens frågeteman	24
6.4.5 Kodning av enkät.....	24
6.5 METODREFLEKTION.....	24
7. ANALYS OCH DISKUSSION	26
7.1 PRESENTATION AV URVAL	26
7.2 RÖSTENS VÄRDE I EN DIGITAL MILJÖ.....	27
7.2.1 Åsikter och respekt gentemot rösten.....	28
7.2.2 Nyliberalismen bidrar till en ökad röstkris.....	29
7.3 RÖSTEN SOM PROCESS I EN DIGITAL MILJÖ	30
7.3.1 Nyliberalismens inverkan på rösten som en process	31
7.4 INTELLEKTUELLA OCH MORALISKA POSITIONERINGAR BLAND GRUPPERNA.....	32
7.4.1 Nya medier möjliggör opinionsbildning inom digitala miljöer	32
7.4.2 Postmodernister i en digital miljö.....	33
7.4.3 Modernister i en digital miljö.....	34
7.4.4 Anti-modernister i en digital miljö	35
7.4.5. Yttrandefrihet i en digital miljö.....	36
8. SAMMANFATTNING OCH SLUTSATSER	38

9. REFERENSLISTA.....40
10. APPENDIX.....43

1. Inledning

Sommaren 2020 publicerade den brittiska författaren J.K. Rowling ett Twitterinlägg som kommenterade en artikel av Devex med rubriken "Att skapa en mer jämlik värld efter covid-19 för personer som menstruerar". I sitt inlägg skrev Rowling "*Människor som menstruerar*". *Jag är säker på att det finns ett ord för det. Hjälp mig här*" (Karlsson 2020) och exemplifierade bland annat med engelska felstavningar av ordet women. I ett senare inlägg fortsätter hon att försvara sig själv och förnekar det respektlösa och transfobiska beteende som hon anklagas för. Hon menar att om könstillhörigheter suddas ut går meningsfulla insikter och uttalanden förlorade. Rowlings agerande möttes av starka reaktioner i form av arga Twitterinlägg från olika användare men även HBTQ organisationen GLAAD som hävdade att Rowling förvrängt fakta om transpersoner (Karlsson 2020). Detta resulterade i att Rowling bland 150 andra författare, aktivister och akademiker som bland annat varit föremål för olika protester, undertecknade ett brev i juli år 2020 med syfte att varna för konsekvenserna gällande att begränsa yttrandefriheten. De menade att dagens samhälle är snabba på att straffa eller bli hämndlystna gentemot offentliga personer som upplevs gjort ett felaktigt uttalande eller har snedvridna värderingar om ras, kön eller sexualitet. Brevet förklarade att det fria utbytet av idéer och tankar som är grunden för det liberala inte bör begränsas (BBC 2020).

Under de senaste åren har olika medier såsom tidningar och tv kommit att kalla detta som bland annat Rowling varit med om för cancel-culture. Ett nyligen etablerat ord inom bland annat popkulturen där det tillskrivs att makt med både positiva och negativa utfall. Ordet har inte definierats vetenskapligt ännu däremot var cancel-culture en del av Språkrådet nyordslista för år 2020 och förklarades som: "aktivism som syftar till att personer med kontroversiella åsikter ska berövas sina plattformar för att föra ut dessa åsikter" (Institutet för språk och folkminnen 2020). Begreppet nyttjades till en början runt år 2010 av fans på Tumblr-blogger som diskuterade varför deras idol var den bästa. Däremot har själva avbrytningen av folk varit med oss under de senaste årtionden men trots detta ses cancel-culture ses som ett nytt fenomen. Det nyttjades till en början runt år 2014 i Twitter-sammanhang med olika innebörder och blev runt år 2017 en del av det kollektiva då det blev vanligare att avbryta och ifrågasätta människors handlingar samt ageranden i relation till yttrandefriheten (Greenspan 2020).

Cancel-culture förklaras ha som syfte att avbryta, markera eller ta avstånd från en person eller ett företag via ett angrepp mot dess karriär, rykte eller verksamhet baserat på en handling eller

åsikt som ansetts vara skamligt eller avvikande (Douthat 2020). Det ses även som en indikation i förhållande till yttrandefriheten och vem som har talan i det offentliga rummet. När internet möjliggör för fler röster att ta plats, t.ex. extrema och hatfulla röster, kan en kollektiv kritik växa fram. En främling kan numera publicera ett inlägg på sociala medier med hjälp av dagens digitala teknik, som i sin tur förstör en individs rykte. Därmed blir offentliga personer ofta måltavlor för en cancel-culture (Douthat 2020), som på svenska går under bland annat namnet raderingskultur (UR Play 2020).

En del anser att kändisskapet kan klassas som en handelsvara. Därmed präglas offentliga personers karriärer ofta av kapitalismen och marknadsekonomin då samhällets efterfrågan ofta är en faktor som är styrande. Detta har samhället fått bevittna när exempelvis flera affärer tog avstånd från Paolo Robertos böcker och livsmedelsvaror efter att han erkänt sig köpa sex (Wanloo 2020). Maktstrukturerna visar sig även inom musikens värld när en svensk artist fick en samhällsdom av befolkningen då det kommit till dess kännedom att han utnyttjat sin unga flickvän innan de blev tillsammans (Nordlander 2020). I dessa situationer drar offentliga personerna sina sociala medier plattformar till nytta för uttalanden eller skapa opinion. Den svenska medieprofilen och skådespelaren Cissi Wallin valde att t.ex. ta ställning när J.K. Rowlings transfobiska inlägg uppmärksammades på Twitter. När den stora massan gick emot Rowling tog Wallin henne i försvar, däremot så förklarade Wallin att transpersoner inte förtjänar hot, hat eller psykisk ohälsa. Dock måste samhället lära sig att skilja på en impopulär åsikt och en åsikt som trakasserar. Trots detta så har även Wallin varit delaktig i en cancel-culture (Lillkung 2020) som ägde rum under hösten år 2017 när #metoo spred sig från USA till resterande världsdelar. Rörelsen innebar att kvinnor, icke-binära och transpersoner enades genom att på en mobiliserat sätt delge sin upplevelser och erfarenheter gällande sexuella trakasserier och våld kopplat till sex (Jämställdhetsmyndigheten 2019).

Slutligen går det att konstatera att exempelvis en cancel-culture ofta träder fram vid händelser som är normativt avvikande och därmed ger upphov till tankar och känslor hos en grupp människor. Det verkar som att grupper av människor tummar rådande gränserna för yttrandefriheten i ett samhälle och detta väcker frågor som jag vill besvara. Det är ett relativt nytt område som jag ser en nytta och intresse att ta avstamp från och vidare studera röstens värde i förhållande till yttrandefriheten. Genom att skifta fokus från de offentliga personerna till en grupp människors attityder och värderingar om röstens värde.

2. Tidigare forskning

2.1 Ett större fält

Cancel-culture är ett ytterst nytt fenomen och tillhör ett väldigt litet område då det inte existerar särskilt mycket forskning om kulturen ännu inom medie- och kommunikationsvetenskapen. Däremot har sociologen och kommunikationsvetare Elihu Katz och sociologen Paul. F Lazarsfeld i sin originaltext "Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications" från år 1955, diskuterat de rådande massmedierna och masskommunikationen i samhället. I texten kan insikter om attityder bland grupper och acceptansen rådande vem som får talan i det offentliga rummet identifieras. Författarna skriver att många trodde att massmedia till en början skulle ge medborgare samma röst som de en gång haft bland torgmöten, att de skulle få vara en del av samhällets demokrati. Medans andra såg det som något hemskt och elakt som enbart skulle förändra de rådande samhällsidéerna. Den gemensamma nämnaren bland åsikterna var att de berörde processen inom massmedier. Bilden gentemot massmedierna var att miljoner av läsare och lyssnare var redo att ta emot ett meddelande samt att varje meddelande var något maktfullt som framkallade en omedelbar respons. Massmedierna förenade folket vilket kallades för *model of society*. Tankarna kom till gällande hur forskning och studier om detta kunde i sin tur appliceras inom psykologin (Katz & Lazarsfeld 1955, s. 15–16).

Författarna nämner tre fält publikforskning, innehållsanalys och effektanalys inom kommunikationsforskningen. De understryker vikten av att all kommunikation bör studeras utifrån dess effekt. Många ställer sig frågande till mediernas nytta samtidigt som det ligger i allas intresse att identifiera mediernas effekter på publiken, vilket varierar beroende på dess syfte och tillfälle (Katz & Lazarsfeld 1955, s. 17–18). Intresset för massmedier grundar sig i vikten av att kunna influera och ändra opinioner via exempelvis kampanjer. Därmed så är massmedieforskningen av intresse för att kunna identifiera hur och under vilka omständigheter som massmedier lyckas med att influera (ibid, s.19).

Vid studerande av masskommunikation så har variablerna exponering, medium, innehåll och mottaglighet spelat en central roll som gör det enklare att förstå kommunikationens komplexitet (Katz & Lazarsfeld 1955, s. 20). Exponeringen handlar om att alla inte kommer i kontakt med samma medium, utan medium handlar om skillnaden mellan vilket medium som budskapet når

ut via och innehåll syftar till presentation och språket av kommunikationen. Därmed gäller det att förändra kommunikation beroende på dess innehåll. Begreppet mottaglighet handlar om attityder hos mottagaren och dess attityder gentemot vissa medium och dess mottaglighet (ibid, s. 21–23). Dessa variabler måste samverka för att kommunikationen ska klassas som lyckad. Författarna presenterar en ny variabel så kallad interpersonell kommunikation som tar fasta på att individens sociala umgänge som de menar präglar individens sätt att ta emot en kampanj vilket är av relevans för masskommunikationen (ibid, s. 24–25).

Genom att ta fasta på interpersonell kommunikation som variabel och förstå den blir det därmed en relevant variabel. Tidigare studier upptäckte att barn med mindre stärkta relationer gentemot sina vänner tenderade att gilla program som var läskiga medan barnen med starka relationer till sina vänner uppfann egna lekar såsom att leka cowboys. De som var medlem i en grupp jämförde och dömde ett program utifrån dess sociala liv medans de med mindre starka relationer sökte en flykt genom läskiga program. Därmed konstaterades att ens sociala umgänge har en påverkan och influerar gällande normer och attityder gentemot olika situationer i ens liv (Katz & Lazarsfeld 1955, s. 26). Kommunikation är därför effektiv för en individ när den uppskattas och har ett värde bland ens vänner. Om en individ vill bli accepterad av en grupp så försöker den leva efter gruppens normer och undviker därför kommunikation som kan separera en från gruppen. Därför har individen en roll i masskommunikationen och kan påverka, menar författarna (ibid, s. 28–29).

2.2. Individer influeras av nätverksstorleken

Vidare utvecklar Antolij Gruzd som är docent vid Ted Rogers School och Barry Wellman som bland annat är professor inom sociologi samt kommunikation samt nya medier och talar om opinionsbildning. De hävdar att det sociala inflytandet numera övergått till en nätverkat inflytande. Detta beror på att inflytandet förekommer allt mer bland sociala medier och sprider sig via kommunikationsnätverk online. Författarna vill undersöka vem som utövar inflytandet, hur det görs och mäta vilka konsekvenser det får samt hur online och offline kan länkas samman (Gruzd & Wellman 2014, s. 1257). Det nätverkade inflytandet har sina rötter i flera fält såsom socialpsykologin, företagsekonomi, neurovetenskap, statsvetenskap, sociologi, kommunikation och datavetenskap. Därefter skriver de *“In a networked society, it is easy to claim influence, but not as easy to exercise influence”* (ibid, s. 1252). De menar att dagens kommunikation online bidrar till större möjligheter att sprida röster, däremot så ställs rösten

inför tuffa utmaningar som att övertyga andra individer på grund av det stora utbudet (ibid, s. 1252).

Hashtags på sociala medier plattformen Twitter samlar individer och inflytelserika människor vilket anses vara av vikt för att marknadsförare och politiker ska få möjligheten att göra sina röster hörda (Gruzd & Wellman 2014, s. 1253). Individer är mer benägna att influeras och gå med i sociala aktivist- eller stödgrupper ifall deras vänner är medlemmar, om de är kvinnor eller får inbjudningar på Facebook. Däremot så menar författarna att en enskild individ inte numera påverkas av masskommunikation utan effekten av nätverksstorleken. De tenderar att bli en del av nätverk som består av socialt likartade, ger ömsesidig medvetenhet, finns starka band eller ger social närhet (ibid, s. 1255–1256). Sammanfattningsvis så föreslås en plattformsspecifik teori för att förstå sociala interaktioner (ibid, s. 1255). Artiklarna som granskats har fokuserat på enbart en plattform och använt statistiska eller experimentella manipulationer. Gruzd och Wellman önskar vidare analys om sammanflätningen av flera kommunikationsmedier (ibid, s. 1256–1257).

2.3 Nya medier kräver ökad kunskap

Även Sahana Udupa som är professor inom Media Anthropology at LMU Munich och Matti Pohjonen som bland annat är professor inom psykologi vid SOAS University of London diskuterar den digitala opinionsbildningen. De menar att det behövs nya tillvägagångssätt i relation till den digitala opinionsbildningen som äger rum och kräver nya tillvägagångssätt för att kritisera dagens globala konjunktur av uteslutningspolitik (Udupa & Pohjonen 2019, s. 3049) och menar att oro skapas när nya medier bidrar till att sprida hat, intolerans och uteslutande av ideologier. Forskarna förklarar att handlandet måste upphöra för att återuppliva tidigare debatter med legitim grund för politisk kommunikation, då sociala medier bidragit till att framkalla en etnisk- och religionskonflikt baserat på det fria talet (ibid, s. 3050).

Vidare menar de att en skillnad infinner sig mellan begreppen extreme speech och hate speech. Extreme speech är ett distinkt begrepp enligt författarna och syftar till att inkludera alla digitala användare och kulturer utifrån ett globalt perspektiv. Med en teoretiskt grund som tar etnografiska aspekter i beaktande går det att identifiera samband mellan våld och konsekvenser. Detta jämfört med hate speech som endast fokuserar på förhållandet mellan yttrandefrihet och

skadan av ett negativt tal som brukar kopplas till radikaliserings och online extremism (Udupa & Pohjonen 2019, s. 3050–3052).

Författarna menar att *extreme speech* lyfter begränsningarna för *hate speech* och extremism genom att ta konsumtion, produktion och cirkulation i beaktande. Negativt tal bör behandlas lika mycket som en kulturell praxis som ett socialt fenomen (Udupa & Pohjonen 2019, s. 5051). Genom att fånga upp digitala aspekter och sätta i en historisk kontext kan man identifiera vilka åtgärder som krävs (ibid, s. 3060). Extreme speech knyter även an till free speech som menar att individens fria åsikter verkar för ett sanningsenligt klimat då censur skulle resultera i samhällets utveckling upphör (Tunick 2015, s. 90–91).

2.4 Cancel-culture på Twitter

Gwen Bouvier (2020, s.1) är professor vid Zhejiang University och studerar inom ämnen som sociala medier, medborgerlig diskurs och nyhetsrepresentation. Hon skriver i sin artikel "*Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform's ability to define issues of social justice*" om plattformen Twitters bristande kapacitet när det handlar om att identifiera problem i relation till social rättvisa (Bouvier 2020, s. 1). Genom en kritisk diskursanalys (ibid, s.1) analyserar hon en cancel-culture som tog form via #kellypocha på Twitter. En kvinna drabbades av en storm med tweets när hon i en video år 2018 uttryckte sig rasistiskt mot migranter (ibid, s. 3).

Bouvier förklarar att denna storm åskådliggör en problematik gällande hur rasism framställs via dessa forum. Det är positivt att användare reagerar och agerar på det kvinnans beteende. Dock infinner sig en problematik när fokuset flyttas från det faktiska problemet, till själva stormen som äger rum. Vissa ser det som underhållande och andra intar en kritisk position (Bouvier 2020, s. 10). Då de kritiska diskussionerna på Twitter framställs som en extrem akt går inläggen förlorade och fokus är inte längre de etniska grupperna som upplever ett förtryck i samhället. Hon vill med artikeln uppmana till en social rättvisa gällande vad som sker på Twitter (ibid, s. 2) och menar att det krävs vidare forskning om effekterna av dessa flöden i form av åsikter och moraliska ståndpunkter, som i sin tur snarare blir ett affektivt flöde (ibid, s. 10).

2.5 Önskan om ytterligare studier av cancel-culture

Eve Ng (2020, s. 622) som är docent inom Media Arts & Studies och Women's, Gender, Sexuality Studies vid Ohio University skriver om cancel-culture i sin artikel "*No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation*". Hon reflekterar över cancel-culture och deltagande bland digitala medier (Ng 2020, s. 621) och menar att vi under de senaste åren i större utsträckning styrs av algoritmer som sprider falsk information som i sin tur blir viralt. Vidare menar hon att den digitala tekniken som förr var främjande för demokratin numera blivit stjälpande. Därmed måste vi närma oss de digitala medierna utifrån dess komplexitet genom att se bortom de amerikanska sociala medierna, genomföra kvalitativa analyser om användarpraxisen och dess relation till Big data samt genomföra studier utanför euroamerikanska domäner (ibid, s. 622).

Hon förklarar att kontexten för en cancel-culture kan variera men att det handlar om något som inte godkänns av en person eller grupp människor. Det har ofta en koppling till sexism, homofobi, rasism eller mobbing. Ett exempel på en cancel-culture förklarar Ng som #metoo rörelsen där kvinnor trädde fram och vittnade om deras erfarenheter om olika sexistiska agerande de drabbats av. En del anser att den bör avfärdas och förstoras saker som utförts av privilegierade individer av kön eller ras. Ng anser att onlineuttrycket bör uppmärksammas i framtida redogörelser (Ng 2020, s. 623). Dock menar hon att det inte bör ligga allt för stort fokus på det negativa utan att det kan uppmana forskare att undersöka långvariga onlineinteraktionerna på olika plattformar (ibid, s. 624). Slutligen visar cancel-culture på en problematik gällande hur snabb en onlineinteraktion är, då den har möjlighet att nå stora grupper med människor. Därför är det av vikt att lyfta dess brister gällande bedömning och debatt samt uppmana forskare att undersöka sociala mediers roll i spridandet av falsk information eller hat (ibid, s. 625).

3. Problemformulering

Sammanfattningsvis så indikerar tidigare forskning på att cancel-culture är en del av ett större fält inom medie- och kommunikationsvetenskap. Katz och Lazarsfelds (1955, s.26, 28–29) insikter om masskommunikationen i relation till individens roll i opinionsbildningen kan även identifieras bland diskussioner på sociala medier. Det verkar som att vissa personer bland digitala miljöer tummar på yttrandefriheten genom att använda sig av normativa bestämmelser gällande vem som har talan i det offentliga rummet. Därmed identifieras tendenser om att en individ eller grupp människor med stora nätverk numera kan vara med och påverka opinionsbildningen i samhället. Att det sociala inflytandet övergått till ett nätverkat inflytande då kommunikation sker i större utsträckning online via bland annat sociala medier (Gruzd & Wellman 2014, s. 1255–1256). Ett större utrymme ges till fler röster att ta plats samtidigt som åsikterna ökar. Yttrandefriheten möjliggör även för hat och intolerans att ta plats online vilket resulterar i att användare online tar avstånd från vissa röster. De kritiserande inläggen på Twitter klassas i större utsträckning som extrema och därmed förflyttas fokus från budskapet till själva handlingen att publicera ett Twitterinlägg (Bouvier 2020).

Det som inte tas upp är vilka attityder som existerar inom en grupp människor gentemot det nätverkande inflytandet och vilka värderingar som råder gällande att nyttja och behandla röster i en digital kontext. Ng (2020, s.622) förklarar att inläggen som formas av cancel-culture även styrs av algoritmer och understryker en bristande information om användarpraxisen. Däremot är målet med en cancel-culture inte vetenskapligt fastställt. Det är fortfarande diffust om kulturens mål är att uppmana individer och institutioner att ta ansvar för sina handlingar eller om det snarare är en inskränkning av yttrandefriheten som äger rum. Denna uppsats kommer dock inte besvara denna fråga eller ta ställning utan intresserar sig för att söka svar om en grupp människors tankar kring röstens värde samt vilka bestämmelser som finns i förhållande till yttrandefriheten i det offentliga rummet.

4. Syfte och frågeställningar

4.1 Syfte

Syftet med denna studie är att undersöka vilka attityder och värderingar som existerar gällande röstens värde i förhållande till yttrandefriheten i en digital miljö.

4.2 Forskningsfrågor:

Rösten som värde och process

- Vilket värde tillskrivs användarens röst?
- Vilka faktorer präglar nyttjandet av användarens röst?
- Hur värderas den process som användarens röst är en del av?

Attityder och värderingar

- I vilken utsträckning existerar yttrandefriheten?
- Vilka positioner identifieras bland grupperna i relation till yttrandefriheten?

För att besvara dessa frågeställningar behövs en teoretisk förankring. Ett teoretiskt ramverk som förklarar hur det gör att söka svar om attityder och värderingar som råder inom en grupp människors gällande röstens värde i förhållande till yttrandefriheten. Vilka teorier som kommer att nyttjas presenteras i nästkommande avsnitt som går under namnet teoretiskt ramverk.

5. Teoretiskt ramverk

Detta avsnitt presenterar det teoretiska ramverk som kommer nyttjas för att söka svar om röstens värde i förhållande till yttrandefriheten inom digitala miljöer. De tre teorier som kommer att nyttjas är John Stuart Mills (2015) teori om yttrandefrihet, John Durham Peters (2005) tre intellektuella positioneringar samt Nick Couldrys (2010) teorier kring rösten som värde och process.

5.1 Tre intellektuella och moraliska ståndpunkter

De rådande diskussionerna inom digitala miljöer såsom bland annat raderingskulturer (UR Play 2020) tenderar att ha två eller flera poler som ifrågasätter varandra. Vad som ifrågasätts och diskuteras skiftar beroende på situation och vad som skett. John Durham Peters (2005) är en amerikansk mediehistoriker som Maria Rosa Menocal Professor inom engelska samt film och medievetenskap vid Yale University. Han skriver att kommunikation i form av att leva och agera är som ett livsblod för det publika livet. Det finns ett ständigt behov av att tala och använda sig av retorikens grepp. Den nya eran har resulterat i nya aspekter som behöver tillgodoses både som en förklädnad men framförallt som ett nytt medium för kommunikation. Rösten är fortfarande vid liv men tar en annan form via de nya medierna som bland annat använder sig av ljud och bild. Vidare nämner Peters att den nya kommunikationens idéer kan ses som en förtrollning av dens roll i det offentliga och politiska livet (Peters 2005, s. 1).

Den brittiska antropologen och sociala teoretikern Ernest Gellner menar att det finns tre inriktningar att välja bland när det kommer till den intellektuella och moraliska troheten (Gellner 1992). Den första inriktningen är upplysningstvivlet och tillhör den moderna synen som omfamnar det moderna samhället. Modernisterna är för forskning som kan resultera i en bättre framtid och ge bättre insikter samt villkor. De är för en politik som är rationellt utredande och vill möjliggöra innovation. Den andra inriktningen är den kulturella pluralismen som har ett postmodernt tänk. Den postmoderna kulturella pluralismen har förlorat hoppet rådande det moderna samhällets garantier av moral och frigörelse. De anser att man inte finner svaren genom att vara rationell utan måste bortse från den "rätta" vägen som inte existerar. Till sist finns de anti-moderna fundamentalisterna som är nervösa angående det moderna samhället som börjar ta plats och gör motstånd mot moderniteter. De är oroliga, arga och söker skydd via källor som talar om uppenbarelse och tar avstånd från forskning (Peters 2005, s. 2).

Modernisterna och postmodernisterna ser anti-modernisterna som trångsynta. Medan modernisterna och anti-modernisterna klandrar postmodernisterna för att de inte ser till sanningen samtidigt som postmodernisterna och anti-modernisterna straffar modernisterna för dess självsäkerhet. Modernisterna vill testa alla idéer empiriskt, postmodernisterna förnekar att dess ideologi har slut och grundar detta på tro och vilja samtidigt som anti-modernisterna ser dessa öppensinnade tester som mer än en förnekelse. Däremot så bör denna anti-moderna fundamentalism inte förknippas med en eller flera religioner, de följer bara traditioner såsom amerikanska protestanter. Det är en kamp som förs mellan religion och sekularism snarare än en kamp mellan olika trosuppfattningar (Peters 2005, s. 3). Debatten mellan dessa tre delar handlar inte om det bästa argumentet utan vem som kan sätta och forma den bästa moralen, visionen. Det är en kombination av att vara, se och formulera logiska argument (Peters 2005, s. 4).

Utifrån nämnda händelser går det att dra paralleller till det Peters (2005) talar om rådande den nya eran som bidragit med nya medium. De nya medierna har resulterat i nya tillvägagångssätt som möjliggör en mer lättillgänglig kommunikation som även att olika typer av budskap och opinioner kan ta plats. Då publikerna har ett ständigt behov av att uttrycka sig så möjliggör de nya digitala plattformarna att flera röster och opinioner kan etableras.

5.2 Yttrandefrihet

Diskussionen om yttrandefrihet tas även upp av Mark Tunick som är professor inom statsvetenskap. Han skriver om den brittiska filosofen och nationalekonomen John Stuart Mills (1963) tankar om röster i samhället. Mill menar att individens möjlighet att uttrycka sig fritt utan att bli censurerade kan verka för en atmosfär som lättare leder till en sanning. Mill hävdar att individers röster aldrig bör tystas för att lättare kunna säkerställa falska åsikter (Mill 1963, s. 229,258). Sanning är oftast ofullständig och det krävs en jämförelse för att se hela sanningen. Trots att man är säker på att det en individ säger är falskt så bör de inte censureras, i så fall går aldrig att förstå vad som accepteras som sanning (ibid, s. 231, 252ff., 258). Om det inte finns en motståndare som motsäger sig sanningen så måste vi trots detta göra plats för yttrandefrihet och alternativa ståndpunkter att träda fram, utan detta så kommer samhället aldrig utvecklas. Han menar att de uttalanden som inte syftar till att ifrågasätta sanningen samt de uttalanden som kanske betar sig illa trots allt bör vara tillåtna för att kunna identifiera sanningen (ibid, 1963, s. 245).

Det finns många grupper i USA som är för yttrandefrihet och delar Mills (1963) tankar. Grupperna i USA menar att det dysfunktionella talet utan mening bör tillåtas och motverka en politik som censurerar yttrandefriheten. En censurering av det fria talet kan i sin tur verka för att samhället inte värderar olika röster på samma sätt som även kan resultera i att andra fria handlingar förbjuds (Tunick 2015, s. 91). Eugene Volokh menar att om ett visst tal förbjuds är det en vägledning från regeringen som styr vad vi kan lyssna och säga. Volokh anser däremot att tal som förnedrar eller placerar en person i en utsatt position, som inte är relevant för samhället eller ur en politisk perspektiv bör förbjudas (Volokh 2000, s. 1088–1089). Yttrandefriheten möter även kritik från bland annat Plato's Socrates som menar att vissa uttalanden bör censureras då de kan verka för korrupta tankar. Plato's Socrates anser att vi inte bör lära oss att vara elaka mot varandra utan visa hur en god människor bör leva sitt liv. Medans en liberal ser att det inte finns en rätt väg för att leva ett gott liv hävdar Plato's Socrates att det finns ett korrekt sätt att leva (Plato 1961, Bk II, 377c– 378c).

Yttrandefrihet har även en social funktion genom att bidra med information till individer och offentliga personer för att granska samt ifrågasätta saker som sker i samhället. Detta kan i sin tur ha en viktig och positiv inverkan bland de politiska reformerna. Den egna individens möjlighet att uttrycka sig själv i bild och tal kan skapa socialt och estetiskt värde gentemot andra individer men även för individen själv (Tunick 2015, s. 91–92). Tunick själv anser att det är viktigt att vara noggrann med yttrandefriheten så det inte inkräktar inom den privata sfären. Det är viktigt att bibehålla en balans rådande det fria talet och inte delge all information som i sin tur kan inkräkta i ens privatliv. Frågor som berör den offentliga sfären är av större relevans än frågor som exponerar ens identitet. Tunick fokus är att inte censurera yttrandefriheten utan vem som har rätten att bestämma vilken information som bör delges till den offentliga sfären (Tunick 2015, s. 127–128).

Det som både Peters (2005) och Mills (1963) teorier i kombination med det som Tunick (2015) berättar, har gemensamt är att de diskuterar hur röster och opinioner i samhället värderas. Bland båda teorier kan det identifieras likheter med det som sker i en digital miljö, såsom raderingskulturer. Exempelvis när en person eller ett företags uttalande eller agerande i en fråga möts av en kritiserande kultur på grund av ett uttalande eller agerande. Det är en sorts markering rådande yttrandefrihetsgränser samt vem som har något att göra och säga till om i offentlighetens rampljus. Diskussionen om opinioner och yttrandefrihet som både Peters (2005) och Mill (1963) samt Tunick (2015) tar upp, tas även fasta på av Nick Couldry (2010)

teori som fördjupar sig rådande röster och den process där värdet skapas som rösten är en del av.

5.3 Rösten som värde och process

5.3.1 Röst

Couldry (2010) förklarar att det numera är ett vardagligt fenomen att dumförklara en individ genom att identifiera dess brist på kunskap och kapacitet att identifiera och förklara varför saker sker i dagens samhälle. Han menar att detta agerande är att behandla en individ som att den inte är mänsklig och är därmed ett skamligt beteende som samhället fått bevittna allt mer den senaste tiden. Han menar att en röst inte är nog utan att man måste veta att den har en verkan. Trots detta så formar vi ett samhälle som underminerar rösten. Samhället upplever numera en *crisis of voice* inom de politiska, ekonomiska och kulturella fälten i samhället. Couldry menar att flera olika röster ger perspektiv på olika händelser i samhället och kan därmed förebygga problem (Couldry 2010, s.1). Han förklarar att nyliberalismen är en bidragande faktor som präglar vårt samhälle. Dess ekonomiska syn försvagar röstens värde samt att politiken tvingas till att präglas av den ekonomiska synen då nyliberalismen har en reducerad syn på politiken som ett genomförande av marknadsfunktionen. Därmed hamnar de sociala aspekterna i skymundan (ibid, s.2).

Röst är ett socialt grundat fenomen som kräver sociala resurser både språkligt och symboliskt sätt (Couldry 2010, s. 7). Det är ett form av narrativ som är inbäddat bland andra narrativ. Rösten kräver en form av reflexivitet då ansvaret för ens röst även handlar om att berätta ytterligare en historia om vem som sa vad. Därmed krävs en ständig reflektion och utbyte fram och tillbaka mellan flera narrativ (ibid, s. 8). Begreppet röst handlar både om att tala och lyssna. Rösten kräver en materiell form som kan skifta mellan individen, kollektivet eller att den distribueras. Couldry förklarar att det kan vara svårt att skilja på om rösten är individuell eller kollektiv ibland, det brukar kallas att den är distribuerad. Genom att försvara rösten så verkar man för en ökad betydelse av rösten i alla sammanhang (ibid, s. 9). Rösten är underminerad av rationaliteter som inte inkluderar rösten och använder sig av praktiker som exkluderar samt ser ner på röstens uttrycksform. Detta visar sig genom hur sociala relationer organiseras som delar av narrativ där rösten inte värderas. Dessa narrativ blockerar i sin tur för alternativa narrativ att

ta plats som skulle möjliggöra en högre värdering av rösten, detta kallar Couldry för *voice-denying process*. Ett historiskt exempel där detta tagit form är Nazi Tyskland (ibid, s.10).

5.3.2 Rösten som ett värde och en process

Couldry talar om att se röst på två olika nivåer och använder sig av begreppen röst som en process (voice as a process) och röst som ett värde (voice as a value). Röst som ett värde handlar om hur vi värderar och när vi väljer att värdera rösten. Genom att organisera livet och ens resurser på ett sätt som värderar rösten i praktiken så får rösten ett ökat värde. Därmed måste samhället respektera de sammanlänkade processerna som rösten är en del av och verka för att upprätthålla dem. Numera är det av vikt att motverka de socioekonomiska och politiska idéerna såsom nyliberalismen som ser ner och inte värderar rösten som en process. Nyliberalismen ser politiken som den ultimata marknadsfunktionen. Därför gäller att identifiera när rösten är som mest effektiv och inse att en bredare organisering av nyliberalismen kan verka för en underminering av rösten. Då är det viktigt att vara reflexiv rådande röstens förutsättning som en process och bygga en alternativ politik som värderar och åskådliggör människans kapacitet att bidra till en social samarbete med rösten som utgångspunkt. Couldry menar att samhället måste respektera de processer som rösten är en del av i samhället för att bevara värdet som skapas i processerna (Couldry 2010, s. 2).

Slutligen kan det fastslås att det Couldry (2010) skriver om rådande värderingen av röster samt den process som röster är en del av går att operationalisera. Genom att undersöka en grupp attityder och värderingar rådande vilka röster som har tillräckligt högt värde och får etableras i den process där värde skapas i det offentliga rummet, kan även insikter om agerande bland digitala miljöer nås.

5.4 Teoretiska begrepp

Denna studie kommer att ha Couldrys (2010) teori som grund och använda begreppen röst som värde och röst som process. De kommer nyttjas för att söka svar om hur och när rösten värderas samt hur de processer som rösten är en del av värderas. Studien kommer även undersöka den röstkris som Couldry (2010, s. 2) nämner i samband med nyliberalismens ökade etablissemang i samhället. Svaren identifieras genom att studera om och i så fall på vilket sätt som nyliberalismen präglar samhället. I samband med detta kommer de tre positionerna som formar av en grupp människors intellektuella och moraliska preferenser undersökas utifrån Peters

(2005, s. 2) förklaringar med Ernest Gellner (1992) som utgångspunkt. För att identifiera de möjliga drag av modernister, postmodernisterna eller anti-modernisterna som formar attityder och värderingar gentemot röster inom en grupp, kommer jag utgå från Peters (2005, s. 2) beskrivningar och undersöka ifall de kan påvisas bland materialet. Slutligen kommer jag koppla Peters (2005) teori till det som Mill (1963, s. 245) nämner om yttrandefriheten. Detta kommer undersökas genom att identifiera vad som accepteras eller nekas som sanning samt vilka yttrandefrihetsgränser som råder bland digitala miljöer.

För att nå insikter rådande de attityder och värderingar som existerar inom en grupp gentemot yttrandefriheten så krävs en metod som ger de svar jag söker. Detta kommer att diskuteras vidare i avsnittet metod och material.

6. Metod och material

När de teoretiska begreppen som ska vara grunden för analys och diskussion pekats ut står vi inför frågan hur dessa ska operationaliseras på ett vetenskapligt sätt. För att operationalisera dessa begrepp metodologiskt sätt kommer en kvantitativ metod att användas för att samla materialet via en enkätstudie.

6.1 Metod

Denna studie söker svar om röstens värde i förhållande till yttrandefriheten inom en grupp med och därför är en kvantitativ metod att föredra. En kvantitativ metod används när det handlar om att ta reda på en grupp människors åsikter rådande en viss sak, exempelvis inom sjukvården eller hur vanligt det är att vissa saker förekommer i samhället exempelvis sexuella trakasserier. Då studien har som mål att söka övergripande svar som går jämföra mellan två grupper av människor är en enkätundersökning det lämpligaste valet (Barmark 2015, s. 31–32).

6.2 Material

Det material som samlats in och kommer ligga till grund för analysen är en enkätstudie. En enkätundersökning är ett slags stickprovsundersökning där ett antal individer agerar undersökningsenheter och är ett form av stickprov som representerar den population som forskaren vill undersöka. Enkätstudier intresserar sig oftast för att söka svar rådande egenskaper, åsikter, erfarenheter eller beteenden (Barmark 2015, s. 41). Genom att använda sig av ett slumpmässigt urval kan forskare dra slutsatser om en population. Då studien har som syfte att undersöka vad ett urval ur en population har för attityder och värderingar gentemot röstens värde var det viktigt att finna grupper som spenderar mycket tid på sociala medier plattformar (ibid, s. 69–71).

6.3 Avgränsning

Det var av vikt att identifiera lämpligaste sättet att avgränsa urvalet utifrån frågeställningarna, därmed krävdes en noggrannhet och relevanta respondenter som passar för studien (Barmark 2015, s. 42). Då denna studie söker svar om en grupp människors attityder och värderingar gentemot röstens roll och värde i en digital miljö, så kommer det förhoppningsvis att resultera i intressanta resultat genom att vända sig till grupper som är vana att nyttja olika digitala

plattformar. Detta tillvägagångssätt stärks av Gruzd och Wellman studie som menar att det sociala inflytandet numera övergått till en nätverkat inflytande (Gruzd & Wellman 2014, s. 1255–1256).

Vidare förklarar Barmark (2015) att det vanligaste är att lägga upp en direktlänk till en enkät på en Facebooksida eller Facebookgrupp, där de personer som besöker sidan kan besvara enkäten direkt. Det blir därmed en webbenkät, ytterligare ett argument för detta är den rådande pandemin som äger rum men även att det är ett enkelt och billigt tillvägagångssätt (Barmark 2015, s. 88). Jag valde därför att använda mig av plattformen Facebook som jag själv har tillgång till, närmare bestämt Facebookgrupper med stort antal medlemmar. De grupper som blev urvalet för denna enkätstudie heter “t-time” och “Händer i Rönninge, Salem med omnejd”. Då studien har deskriptiva frågeställningar som syftar till att identifiera attityder och värderingar i relation till yttrandefriheten så var målet att stickprovet skulle bestå av 100–300 individer (ibid, s. 75–76). Efter att publicerat enkäten i respektive grupp resulterade det i sammanlagt 326 enkätsvar. Dock togs beslutet att inte avgränsa urvalet till en viss målgrupp då det är svårt att säkerställa åldern för varje enkätsvar när det sker digitalt.

Jag har enbart fått tillgång till statistik från administratören av gruppen “t-time” och tyvärr inte fått respons från administratör av gruppen “Händer i Rönninge, Salem med omnejd” vilket komplicerar en bortfallsanalys. Vidare är det svårt att uttala mig om bortfallet och aktiviteten bland användarna från respektive grupp.

6.3.1 Facebookgruppen “t-time”

Facebookgruppen “t-time” har skapats av influencern, youtubern och författaren Therese Lindgren. Gruppen är till för hennes följare som diskuterar allt från kläder till relationsproblem. Statistiken som jag erhållits av administratören för gruppen “t-time” informerar om att 99% av medlemmarna är kvinnor, 0,8% är män och 0,2 % går under kategorin anpassad som troligtvis är kategorin för icke-binära. Gruppen består idag av 42 987 medlemmar varav 41 426 är bosatta i Sverige, 747 medlemmar i Finland, 302 i Norge, 68 från Storbritannien och 32 från USA. Gruppen har flest medlemmar i åldrarna 18–24 därefter är 25–34 år och den tredje mest förekommande ålderskategorin är 13–17 år. Sammanlagt fick jag 185 enkätsvar och detta motsvarar 0,43% av Facebookgruppens medlemmar.

6.3.2 Facebookgruppen “Händer i Rönninge, Salem med omnejd

Facebookgruppen “Händer i Rönninge, Salem med omnejd” är en grupp som vänder sig till invånare inom Salems Kommun men även de som bor nära kommunen och vill ta del av tankar eller händelser. I gruppen diskuteras saker som sker inom kommunen, allt från borttappade saker till att någon klagat på en incident eller ett agerande. Det är till stor del kvinnor som publicerar inlägg men det förekommer även inlägg från det manliga könet. Männerna är som mest aktiva i kommentarsfälten där de är flitiga på att diskutera och uttrycka sina åsikter. Gruppen har 4663 medlemmar och 141 enkäter samlades in vilket motsvarar 3% av Facebookgruppens medlemmar.

6.4 Tillvägagångssätt

6.4.1 Motivera och bygga ett förtroende

I början av enkäten delgavs respondenterna information om studien med syfte att motivera individen men även klargöra att den etiska och juridiska processen sker korrekt (Barmark 2015, s. 85). Den information som samlas in via enkäten kommer hanteras i enlighet med dataskyddsförordningen (GDPR) och skydda den enskildes grundläggande rättigheter och friheter, framförallt skyddet av personuppgifter (Integritetsskyddsmyndigheten, u.å.). Dessutom angavs tidsåtgången, 3–5 minuter, vilket är viktigt för att motivera vid en webbenkät.

6.4.2 Frågor och svarsalternativ

Varje individ fick samma frågor och svarsalternativ som var relativt specifika vilket kan vara fördelaktigt då gruppernas svar kan sammanställas och identifiera huruvida åsikter bland grupperna tenderar att vara lika eller skilja sig bland olika åldrar (Barmark 2015, s. 32). Vidare togs beslutet att enbart ha svaren “ja” och “nej” vilket resulterade i att varje respondent blev tvungen att ta ställning för att undvika svaret ”vet ej” som inte genererar särskilt mycket data att analysera. Dessutom användes funktionen som gör att respondenten behövde svara på vissa obligatoriska frågor. Det kunde resultera i att respondenten blev irriterad så därför krävdes en hög kvalitet på svarsalternativen. Vid själva formulering av frågor, så kallade variabler, användes ett korrekt språk anpassat efter urvalet. Då målgruppen är individer som är verksamma på sociala medieplattformar var formuleringarna enkla och bestod ej av fackliga termer. De känsliga frågorna placerades i mitten samt att början och avslutet hade lättare frågor (ibid, s. 67–68).

6.4.2 Operationalisering av begrepp

Det var viktigt att operationalisera begreppen och finna indikatorer som ger det studien efterfrågar. Variabel om ålder i enkäten bör frågan lyda: ”hur gammal är du?” för att missförstånd ska undvikas (Barmark 2015, s. 48–49). Samtidigt var det viktigt med en hög validitet, vilket innebar att finna rätt variabler som mäter det studien efterfrågar. En låg validitet innebär att ett stort systematiskt mätfel. Ett systematiskt mätfel inträffar när det teoretiska begreppet inte täcks eller besvaras med hjälp av variabeln (ibid, s. 51–52). Det var samtidigt av vikt att frågorna har tydliga svarsalternativ för att lyckas mäta det som efterfrågas, annars kan ett slumpmässigt mätfel inträffa. Det kan i sin tur resultera i att studien anses vara mindre pålitlig och stabil. Ifall en studie ger samma resultat vid upprepade mätningar så anses studien ha en hög reliabilitet. Då denna studie genomfördes enbart en gång är det svårt att uttala sig om reliabilitet och ifall ett slumpmässigt mätfel inträffat (ibid, s. 52–54).

6.4.3 Pilotstudie

För att finna de variabler som mätte det studien sökte svar om genomfördes en pilotstudie med några få individer. Syftet med det var säkerställa och ha möjlighet att justera variabler och dess variabelvärden innan enkäten delgavs till tänkta grupper (Barmark 2015, s. 52–54). Vid formulering av frågor är ett bra tillvägagångssätt att formulera påståenden som respondenten får ta ställning till, det vill säga: instämmer, instämmer delvis, tar delvis avstånd eller tar helt avstånd (ibid, s. 55). Därmed undviks mellanpositioner som kan resultera i att respondenten inte svarar alls eller blir irriterad på grund av bristande svarsalternativ. Dilemmat huruvida ett svarsalternativ som lyder “varken bra eller dåligt” bör finnas med var lite delat. För att tvinga respondenten att ta ställning kan detta svarsalternativ undvikas men då finns möjlighet till att respondenten blir irriterad (ibid, s. 58–60). Dessutom är det av vikt att ställa öppna frågor, som är uttömmande och inte överlappar med varandra (ibid, s. 61–65). Feedbacken från person 4 var att fundera över valet av en fem svarsskala då det troligtvis kommer vara en överbetoning på svarsalternativet “ibland”. Med detta i åtanke så valde jag att ha kvar skalan ändå, då jag någon vecka tidigare fått hem en enkät från Statistiska Centralbyrån med en skala bestående av 5 alternativ. Det var väsentligt att ge respondenten utrymme och svara “ibland” för att undvika irritation.

6.4.4 Enkätstudiens frågeteman

Enkätstudien som finns bifogad som bilaga i avsnittet appendix och delades upp i olika frågeteman som behandlar och söker svar om vad de teoretiska begreppen är ämnade att identifiera. Temat ”grundläggande frågor” tar reda på respektive gruppers ålder, kön och vilka sociala medier de nyttjar mest. Detta tema följs av ”ageranden på sociala medier” där deras attityder och värderingar identifieras i relation till dess praktiska ageranden. Därefter kommer teman ”informantens omgivning” som söker svar om dess värderingar och attityder gentemot omgivningens röster. Temat ”informantens egen röst” är till för att få en uppfattning rådande hur informanten själv ser på dennes egna röst bland digitala miljöer. Temat ”politik” söker svar om hur förekommande politik är i flödet samt vilka ämnen som är vanliga. Detta tema har ej nyttjats i analys och diskussion då det kändes överflödigt. Enkäten avslutas med temat ”offentliga personer på sociala medier” där respondenten får ge svar om dess attityder och värderingar gentemot offentliga personer i ett sociala medier sammanhang.

6.4.5 Kodning av enkät

Efter insamlingen av enkätsvar via de två Facebookgrupperna så laddades svaren ner i excelark som därefter importerades in i SPSS. I SPSS kodades varje variabelsvar in så de motsvarar olika siffror vilket möjliggör att jag kan använda mig av ”crosstab” funktionen som jämför relationen mellan två eller flera variabler bland grupperna.

6.5 Metodreflektion

I denna undersökning var det inte möjligt att genomföra ett slumpmässigt urval. Ett register hade varit den ultimata utgångspunkten för varje individ ska ha lika stor chans att bli valda, vilket i sin tur resulterar i ett representativt stickprov som kan generaliseras (Barmark 2015, s. 71–72). Ju större stickprovet är desto mer representativt och säkrare resultat (ibid, s. 75–76).

Det hade varit fördelaktigt att kombinera kvantitativa och kvalitativa metoder, för att kunna nå en både övergripande och djup förståelse (Barmark 2015, s. 26–27). Det som en kvantitativ metod inte tar fasta på är människors resonemang kring ett svar och hur de argumenterar med för- och nackdelar. Den kvalitativa metoden tar detta i beaktande och fokuserar på att förstå varför en människa tänker och tycker på ett visst sätt (ibid, s. 32–33). Samtidigt så menar Barmark (2015) att statistik är en viktig funktion och ett hjälpmedel av vikt inom samhällsvetenskapen. Statistik kan identifiera icke rättvisa utfall av sociala och ekonomiska

processer till följd av politiska inventioner (ibid, s. 28–29). Därför anser jag att utifrån studiens syfte och frågeställningar som är att söka svar om röstens värde i relation till yttrandefriheten så är en kvantitativ metod att föredra.

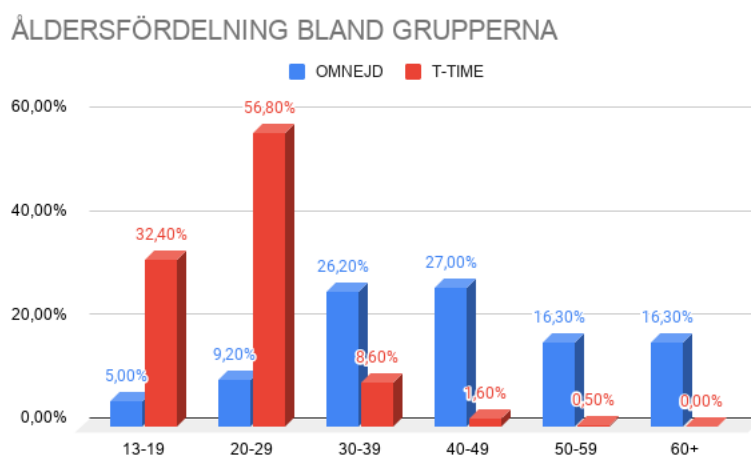
När de teoretiska begreppen operationaliserats med hjälp av en kvantitativ metod som samlar ett underlag bestående av enkätsvar, är det dags att ta del av utfallet. Detta kommer att analyseras och diskuteras vidare i nästa avsnitt.

7. Analys och diskussion

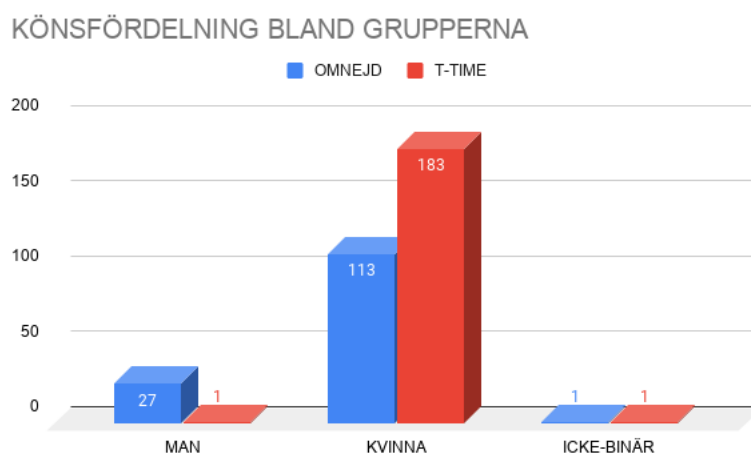
7.1 Presentation av urval

Denna analys och diskussion grundar sig på enkätsvar som samlats in digitalt via två Facebookgrupper vid namn ”t-time och ”Händer i Rönninge, Salem med omnejd” som är urvalet för denna studie. Gruppen ”t-time” kommer fortsatt att benämnas som t-time och gruppen ”Händer i Rönninge, Salem med omnejd” kommer gå under namnet omnejd.

Åldersfördelning bland grupperna



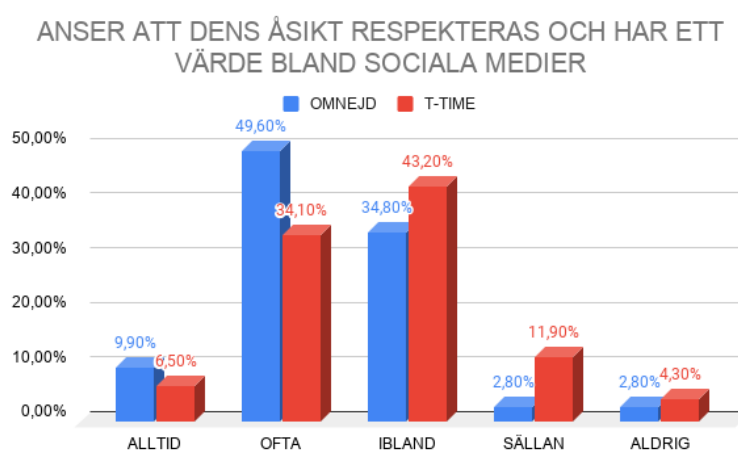
Könsfördelning bland grupperna



7.2 Röstens värde i en digital miljö

Efter att ha sammanställt enkätstudien, tyder resultatet på att urvalet från grupperna t-time och omnejd anser att dess röst inte alltid tas på allvar och värderas bland digitala miljöer, t.ex. sociala medier. När ordet värde används syftar det som Couldry talar om gällande huruvida enskilda personer eller grupper med människor väljer att dumförklara eller understryka dess bristande kunskap i vissa frågor, vilket resulterar i att samhället inte utvecklas (Couldry 2010, s.1). Couldry menar att det handlar om hur och när vi väljer att värdera en röst. För att respektera de sammanlänkade processer som rösten är en del av måste vi organisera livet och resurser på ett sätt som upprätthåller rösten. Att alla röster uppmärksammas och har ett värde (Couldry 2010, s. 2).

Slutsatserna grundas på resultatet som visar att 84,4% av medlemmarna i omnejd och 77,3% av medlemmarna i t-time svarat att de ofta eller ibland anser att dess åsikter tas på allvar och värderas i ett sociala medier sammanhang. Något som utmärker sig är att 11,9% i gruppen t-time känner att deras röst sällan har ett värde jämfört med omnejd där 2,8% svarat sällan. Resultaten ger indikationer som korrelerar med det Couldry beskriver. Genom att välja när och hur rösten värderas formas ett samhälle som underminerar rösten (Couldry 2010, s. 1). De snarlika enkätsvaren från respektive grupp styrker hans tankar desto mer då endast 9,9% i omnejd och 6,5% i t-time anser att dess röst alltid värderas i ett sociala medier sammanhang. Vidare ger resultatet en antydning om att rösten undermineras och därmed inte värderas på samma sätt bland de interaktioner som äger rum i digital miljö, t.ex. sociala medier.



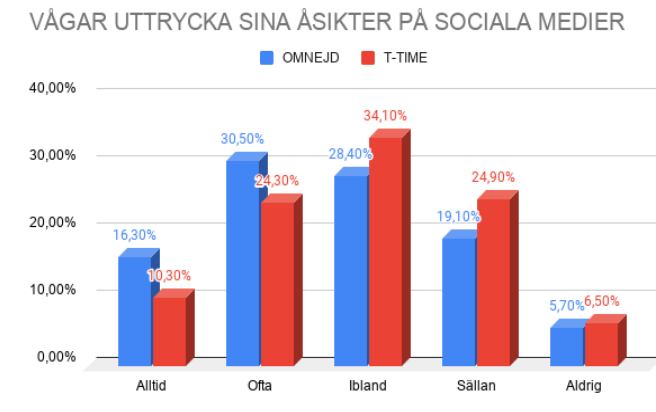
Vidare förklarar Couldry att rösten kan få ett ökat värde genom att organisera livet och ens resurser på ett sätt som värderar rösten i praktiken (Couldry 2010, s. 2). Hans tankar verkar även kunna identifieras bland respektive grupp när de får frågan om hur viktigt det är att

respektera andra användares åsikter i en digital miljö. Majoriteten av respektive grupp svarade ”alltid” eller ”ofta” vilket pekar på en tolerans och medvetenhet. Couldry menar alltså att för att rösten ska få ett värde i praktiken bör de sammanlänkande processerna som rösten är en del av respekteras samt att samhället måste verka för att upprätthålla dessa processer (Couldry 2010, s. 2).

7.2.1 Åsikter och respekt gentemot rösten

Enkätstudiens resultat pekar på att gruppen omnejd verkar anse att det inte är viktigt att dess vänner har samma åsikter som de själva. Av de män 27 män som motsvarar 19% är det 26 män som jämnt fördelat sig på svarsalternativen ibland, sällan eller aldrig. Samma gäller kvinnorna i gruppen omnejd där övervägande svar är ibland, sällan eller aldrig. Därmed går det att koppla till Couldrys (2010) tankar om rösten som värde. Då det verkar som att grupperna t-time och omnejd inte lägger någon större värdering i dess vänner åsikter och låter inte detta påverka deras relation utan respekterar rösten och de sammanlänkade processer som rösten är en del av (Couldry 2010, s. 2). Därefter får informanterna besvara frågan ifall deras vänner tycker det är viktigt att de har samma åsikter. Båda grupperna anser att de bryr sig ibland, därefter är lika fördelat mellan ofta och sällan. Alltid och aldrig är mindre förekommande. Däremot är det svårt att försäkra sig om huruvida dessa svar är korrekta då enbart urvalet får komma till tals och inte den andra sidan som är vännerna i detta fall.

16,3% av omnejd och 10,3% av t-time vågar alltid uttrycka sina åsikter i en digital miljö, såsom sociala medier. Det övriga resultatet är relativt jämnt fördelat mellan svarsalternativen ofta, ibland eller sällan. Slutligen vågar 5,7% av omnejd och 6,5% av t-time aldrig uttrycka sina åsikter i en digital miljö. Couldry (2010) förklarar att rösten är ett form av narrativ, som i sin tur är inbäddat bland andra narrativ. Flera historier är sammankopplade och därför krävs flera perspektiv för att ständigt utbyte och reflektion av olika narrativ (Couldry 2010, s. 8). Därmed är det viktigt att försvara röster för att rösten i sin tur ska få en ökad betydelse i samhället (Couldry 2010, s. 9). I detta fall pekar resultatet på att grupperna inte alltid vågar uttrycka sina åsikter och därmed får den inte en ökad betydelse i samhället. Resultatet ger indikationer om att rösten inte försvaras vilket kan resultera i en minskad respekt för röster i samhället (Couldry 2010, s. 9).



7.2.2 Nyliberalismen bidrar till en ökad röstkris

Vidare får grupperna förklara varför de inte väljer att nyttja sin röst i en digital miljö. Delar av t-time förklarar att de väljer att inte uttrycka vissa åsikter på grund av de inte hör hemma eller är nödvändiga bland sociala medier. Vidare förklarar dem att det inte är i deras intresse eller för personligt, ett svar lyder *“Det känns irrelevant på den plattformen”* samt att en annan säger *“Jag väljer min strider”*. Liknande åsikter identifieras i gruppen omnejd då delar av gruppen menar att det är fel forum genom att svara *“Om det är politiska och fb är fel forum”* vidare svarar en person i t-time *“Det handlar inte om att våga. Men ibland gör jag det inte för jag orkar inte med diskussionen”*.

En annan gemensam faktor har identifierats inom respektive grupp. Det finns en rädsla att bli påhoppade eller dömda på grund av dess åsikter och de väljer därför att undvika en möjlig diskussion. I gruppen t-time lyder ett svar *“En del av mina bekanta är väldigt kritiska mot folk som inte har samma åsikter som dem”* som följs av detta svar från gruppen omnejd *“Infekterade politiska områden som ex migration går ej att kritisera utan att man stämplas som rasist”*. Vidare skriver en respondent *“Jag inte orkar med tjafs samt att alla inte respekterar vissa religiösa åsikter”* och nämner ett religiöst förtryck medan en annan talar om politiskt förtryck *“Jag är Sverigedemokrat, riskerar att bli av med affärskontakter m.m. om jag skulle gå ut offentligt med det”*. Ett sammanfattande citat kommer från gruppen t-time där en person skriver följande *“Folk inte respekterar mig”*.

Dessa citat tar fasta på det som Couldry nämner gällande röstkrisen som äger rum på grund av nyliberalismens ökade etablissemang. Han menar att nyliberalismen präglar samhällets politik med ett ekonomiskt fokus, som i sin tur försvagar röstens värde. Därmed hamnar de sociala

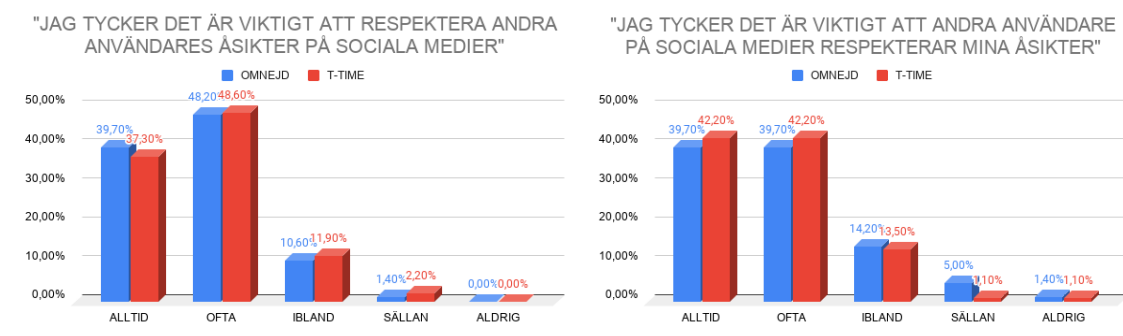
aspekterna i skymundan vilket blir tydligt via enkätsvaren som talar om en bristande respekt på grund av avvikande åsikter som i sin tur resulterar i att kritik och utsatthet (Couldry 2010, s.2) Sättet som grupperna beskriver att de behandlas kan möjligtvis leda till att användare ser sociala medier som en irrelevant plattform att delge sina åsikter på. Couldry förklarar att fler röster ger större perspektiv på olika händelser som i sin tur kan förebygga framtida samhällsproblem. Han menar att en alternativ politik måste formos för att kunna respektera de processer som rösten är en del av samt bevara värdet som skapas i processerna (Couldry 2010, s.2). Slutligen identifieras tendenser bland grupperna gällande att vissa röster som anses vara normativt avvikande väljer att inte nyttja sin yttrandefrihet i samma utsträckning. Dock verkar inte yttrandefriheten i sig inte vara problemet utan en bristande acceptans och respekt som infinner sig bland digitala miljöer.

Sammanfattningsvis så värderas rösterna olika och tas inte alltid lika på lika stort allvar enligt gruppernas svar. 11,9% av t-time ansåg att deras röst sällan har ett värde bland de digitala interaktionerna som sker på sociala medier. Därmed undermineras rösten och präglas av nyliberalismens idéer som i sin tur har en inverkan på de interaktioner som äger rum på sociala medier (Couldry 2010, s.2). Majoriteten av respektive grupp vågar inte alltid uttrycka deras åsikter på sociala medier på grund av att det är för personligt eller att åsikterna är normativt avvikande, vilket skapar en inre rädsla att blir kränkt eller utsatt. Det verkar som att klimatet kan resultera i att de mest förekommande argumenten får störst exponering när diskussioner äger i en digital miljö.

7.3 Rösten som process i en digital miljö

Båda grupperna anser att det är viktigt att dess egna åsikter respekteras av andra användare i digitala miljöer då resultaten på svarsalternativen ”Alltid” och ”Ofta” gett exakt samma utfall. Vidare får grupperna besvara huruvida de är viktigt att respektera andra användares åsikter på sociala medier. Även där är majoriteten av svaren ”Alltid” och ”Ofta”. Dock kan en liten skillnad identifieras då 39,7% svarat ”Alltid” och 48,2% svarat ”Ofta” i gruppen omnejd vilket gör att det skiljer 8,5 procentenheter mellan svarsalternativen. Samma gäller gruppen t-time där 37,3% svarat ”Alltid” och 48,6% svarat ”Ofta” vilket gör att det skiljer 11,3 procentenheter mellan svarsalternativen Om vi ser till det stora hela så anser majoriteten av respektive grupp att det är viktigt att dess egna samt andras åsikter respekteras. Därmed går det att konstatera att

de sammanlänkade processerna där värdet skapas, som rösten är en del av, till stor del respekteras (Couldry 2010, s. 2).

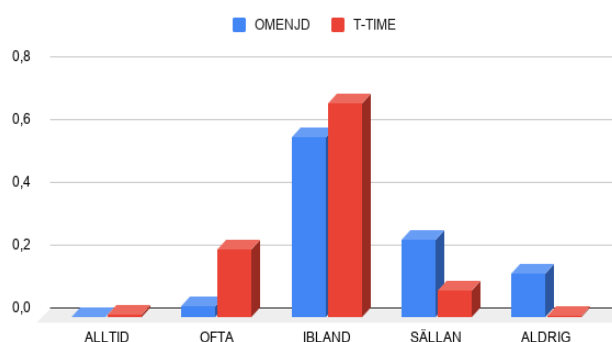


Majoriteten av båda grupperna har inte utsatts för en kränkning eller storm. Det vill säga att en grupp människor hänger ut personens inlägg eller uttalande på via sociala medier på ett sätt som är respektlöst under det senaste året. Därmed pekar resultatet på att Couldrys tankar om att respektera de sammanlänkade processerna upprätthålls av grupperna. Cirka 22% medlemmarna i t-time och 15% av omnejd har blivit utsatta för en kränkning eller storm. Det som skiljer sig åt mellan grupperna är de åldrar som utsatts. Om vi talar om gruppen t-time så är det mer förekommande att ålderskategorierna 13–39 års uttalanden eller inlägg blir uthängda. Medan i gruppen omnejd är det mer förekommande bland de äldre 39–59 vilket kan bero på att svarsalternativen från gruppen omnejd har en högre snittålder. Stora delar av grupperna motverkar nyliberalismen genom att respektera andra individers åsikter, vilket verkar för en alternativ politik att ta plats som värdesätter de socioekonomiska och politiska fälten. Couldry menar att nyliberalismen har ett ekonomisk fokus och försvagar de sociala aspekterna. Genom att bygga en alternativ politik som värderar och upprätthåller röstens värde skulle det i sin tur möjligtvis kunna resultera i ett öppnare och respekterande klimat rådande röster inom bland annat digitala miljöer (Couldry 2010, s. 2).

7.3.1 Nyliberalismens inverkan på rösten som en process

Vidare verkar det som att nyliberalismen kan tendera att ha en inverkan på delar av gruppernas åsikter gällande att ta till sig åsikter från offentliga personer. Resultatet gällande huruvida grupperna tar till sig av offentliga personers åsikter på sociala medier ger övervägande svar på ibland, sällan och aldrig. Det är alltså enbart 3,5% som svarar ofta och 0% som svarar alltid. 41,4% av omnejd och 65,9% av t-time följer offentliga personer för kunskapsförmedling men tar därefter inte till sig av allt de läser eller hör.

TAR TILL SIG AV VAD OFFENTLIGA PERSONER SÄGER
ELLER SKRIVER PÅ SOCIALA MEDIER



Sammanfattningsvis pekar det på att den process där värdet skapas som rösten är en del av respekteras till stor del båda grupper. Majoriteten av urvalet bland grupperna omnejd och t-time anser att det är lika viktigt att respektera de processer som dess egna röst är en del av som att respektera de processerna som användares röster är en del av. En liten avvikelse kan dock identifieras då 8,5 procentenheter av omnejd och 11,3 procentenheter av t-time anser att det ”Ofta” är viktigt att respektera andra användares åsikter. Trots detta så respekterar majoriteten av grupperna de processerna som rösten är en del av (Couldry 2010, s. 2).

7.4 Intellectuella och moraliska positioneringar bland grupperna

7.4.1 Nya medier möjliggör opinionsbildning inom digitala miljöer

99,5% av t-time och 81,6% av omnejd följer offentliga personer på sociala medier plattformar. Av dessa så har 37,3% av t-time och 7,8% av omnejd blivit uppmanade av en offentlig person att ta avstånd eller hänga ut den på sociala medier. Dessa siffror ger en antydning om att offentliga personer blivit en större del av gruppernas liv i och med de nya mediernas bidrag till en ökad kommunikation. Detta agerande förekommer bland digitala miljöer såsom sociala medier där offentliga personer uppmanar sina följare och bygger en opinion med syfte att utsätta en person för hat eller att användare tar avstånd från personen i fråga. Detta kan ses korrelera med det Peters (2005) nämner att nya eran bidragit med nya medier att kommunicera via, som även förtrollar de nya mediernas roll i det offentliga och politiska livet. Han understryker därför vikten av ett ökat fokus på yttrandefriheten och att fler röster kan få göra sig hörda (Peters 2005, s. 1). Resultatet från respektive grupp, främst t-time, pekar på att de offentliga personerna som har ett stort nätverk till förfogande, inte alltid stärker yttrandefrihetens plats i samhället. Genom att uppmana sina följare att ta avstånd från vissa personer eller hänga ut dem, så sänds signaler ut till följarna att det är ett okej beteende. Å andra sidan skulle detta agerande kunna

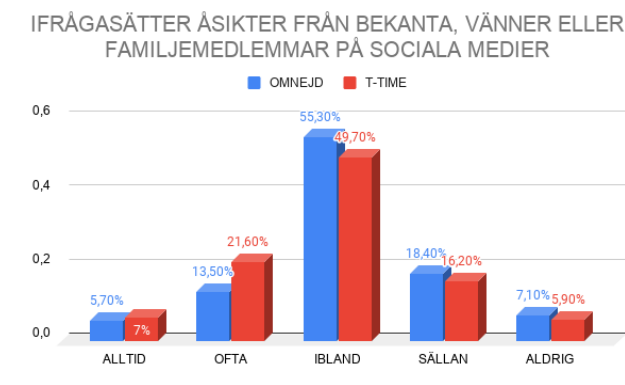
ses som ett nyttjade av rätt till yttrandefrihet men samtidigt så stänger agerandet ut röster som inte ses värdiga nog att få göra sin röst hörd.

När grupperna får frågan om varför de uppmanats att avfölja eller hänga ut en person så kommer liknande ämnen på tal. Båda grupperna nämner att de blivit uppmanade av offentliga personer att ta avstånd eller uppmärksamma vad som hänt på grund av att personen i fråga haft felaktiga åsikter gällande politik, feminism, HBTQ samt Black Lives Matters-rörelsen eller att de förmedlade rasistiska samt sexistiska åsikter. Det förekom många svar kopplade till en persons eller ett företags handlingar, bland annat nämndes Paolo Roberto och företaget NAKD. Ett enkätsvar lyder "*Den hade gjort nåt fel, bråk*". Det verkar som att en offentliga person kan råda sina följare att ta avstånd från en person ifall de haft en schism som resulterar i dåliga åsikter om den andre parten.

7.4.2 Postmodernister i en digital miljö

Det kan även identifieras tendenser av en kulturell pluralism som ses ha ett postmodernt tänk. Postmodernisterna har förlorat hoppet om det moderna samhällets garantier gällande moral och frigörelse. Då de anser att samhället inte bör agera rationellt genom att anse att det finns en "rätt" väg. Vilket enligt postmodernisterna är falskt, det existerar inte enbart en "rätt" väg (Peters 2005, s. 2).

Resultatet pekar på att gruppen omnejd ifrågasätter offentliga personers åsikter i större uträkning än de ifrågasätter åsikter från dess bekanta, vänner eller familjemedlemmar. Peters (2005) förklarar att postmodernisterna anser att det inte alltid finns ett rätt väg eller att svar finns genom att agera rationellt. Därmed finns det inte bara ett rätt väg eller ett rätt svar. När frågan om varför respektive grupp inte vågar nyttja sina röster på sociala medier svarade en i gruppen omnejd att "*Kan missuppfattas, speciellt när man uttrycker sig på ett ironiskt eller sofistikerat sätt*" och en annan svarar "*Jag inte är tillräckligt bildad i ämnet*". Detta ger indikationer om att det kan flera faktorer spelar in när det handlar om att nyttja sin röst i digitala miljöer. Delvis så kan det handla om bristande kunskap, att missförstånd kan uppstå. Dock så ifrågasätter respektive grupp inte alltid åsikter från personer i dess omgivning vilket tyder på en acceptans och låter fler röster ta plats. Vilket Peters menar kan ses som ett postmodernt tänkande (Peters 2005, s. 2).



Däremot så menar Peters (2005) att postmodernisterna förlorat hoppet om det moderna samhällets brist på kunskap gällande att bland annat låta fler röster bli hörda. Detta agerande kan i sin tur resultera i att postmodernister inte väljer att göra sina röster hörda (Peters 2016, s. 2). Genom att acceptera flera röster vägleder postmodernister inte omgivningen och samhället mot den rätta vägen. Trots detta så möts postmodernister av kritik från modernisterna och anti-modernisterna då de anses blunda för sanningen vilket inte kan bekräftas helt utifrån resultatet (Peters 2016, s. 3). Detta kan i sin tur resultera i att medlemmarna från grupperna väljer att inte uttrycka sina åsikter. Mill menar att detta agerande skulle komplicera identifierandet av falska åsikter. Varje individ bör ges en möjlighet att uttrycka sig fritt för att verka för ett atmosfär som leder till sanningen (Mill 1963, s. 229,258).

7.4.3 Modernister i en digital miljö

Vidare kan ett upplysningstvivels identifieras som har ett modernistiskt synsätt. Modernisterna är för en forskning som kan resultera i bättre insikter och villkor för samhället. De uppmuntrar en rationellt utredande politik som i sin tur kan möjliggöra innovation (Peters 2005, s. 2). Ett modernistiskt tänk är inte lika framträdande bland resultatet. Dock så svarar grupperna omnejd och t-time alltid och ofta rådande vikten att deras egna åsikter samt andra användares åsikter bör respekteras i sociala medier sammanhang. Majoriteten av respektive grupp har överensstämmande resultat och anser att det är viktigt att respektera och möjliggöra att fler röster kan bli hörda. Vilket kan ses stämma överens med det som Peters (2005) förklarar. Han menar att det kan generera goda insikter samt en effektiv politik (Peters 2005, s. 2).

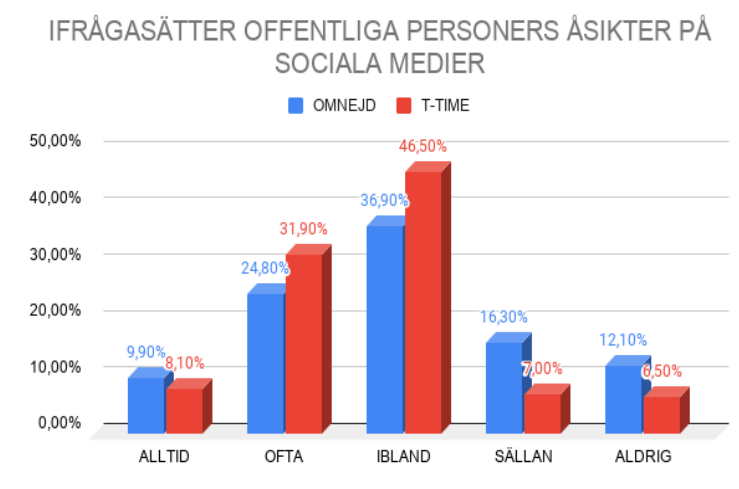
Dock så kritiseras modernisterna av postmodernister och anti-modernister för dess tro om att det enbart finns en väg (Peters 2005, s. 3). Vilket möjligtvis kan stämma då majoriteten av respektive grupp har avföljt en person på grund av att de inte ej delar dennes åsikt. Att avfölja

eller hänga ut en person via sociala medier kan därför ses motverka ett öppet och innovativt samhälle. Därmed kan det tänkas att grupperna medvetet värderar röster efter tycke och smak och anser att det finns en ”rätt” väg.

7.4.4 Anti-modernister i en digital miljö

Fortsättningsvis pekar utfallet på att majoriteten av båda grupper ifrågasätter offentliga personers åsikter på sociala medier. Majoriteten har svarat alltid, ofta eller ibland vilket kan ses som en form av fundamentalistiskt tankesätt, en anti-modernistisk syn. De är nervösa för det moderna samhället som börjar ta plats. Anti-modernisterna går därför emot allt som har ett modernt tänkande och är oroliga samt arga. Därför söker de ofta skydd via källor som talar om en uppenbarelse och tar avstånd från forskning (Peters 2005, s. 2). Grupperna ifrågasätter i majoriteten av fallen de offentliga personernas uttalanden på sociala medier vilket kan ses som en reaktion mot de offentliga personer som börjar influera samhället. De verkar därmed ha ett kritiskt förhållningssätt gentemot de offentliga personernas tal och skrift i ett sociala mediasammanhang.

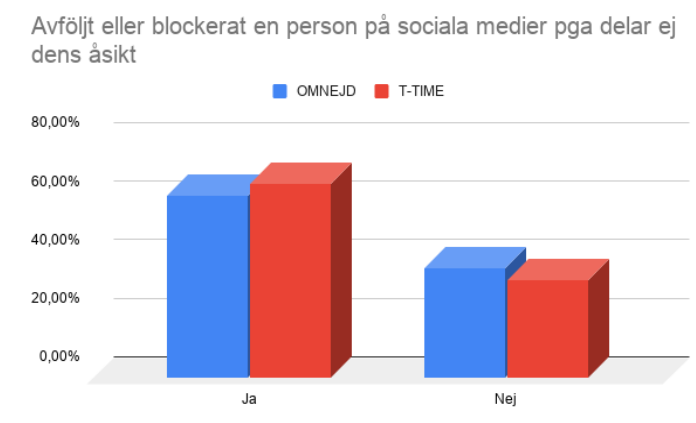
Peters förklarar att anti-modernisterna vill motverka innovation och utveckling (Peters 2005, s. 2) vilket kan göra att de uppfattas som moderna trångsynta av modernisterna och postmodernisterna (ibid, s. 3). Samtidigt skriver Peters att anti-modernister söker skydd via källor om uppenbarelsen och därmed tar avstånd från forskning. (ibid, s. 2). Detta kan inte bekräftas till fullo utifrån de material som samlats in.



7.4.5. Yttrandefrihet i en digital miljö

Peters skriver även om att de nya mediernas förtrollning av dess position i det offentliga och politiska livet. Därför ställs det större krav på samhället att möjliggöra en innovation genom att fokusera på yttrandefriheten (Peters 2005, s. 1).

De som tagit avstånd från en person eller ett företag genom att hänga ut den eller avfölja dess konto på sociala medier verkar anse att det finns en rätt väg genom att vara rationella. Därmed kan de ses ta både en modernistisk men samtidigt anti-modernistisk ställning (Peters 2005, s. 2). De hänger ut personer eller företag som agerat eller uttalat sig på ett felaktigt sätt och vill verka för ett bättre samhället. Samtidigt gör en värdering av röster som resulterar i att normativt avvikande röster ej får etableras i det offentliga rummet, vilket enligt Mill inte utvecklar samhället (Mill 1963, s. 245). När grupperna får ta ställning till om de avföljt eller blockerat en person på sociala medier på grund av att de ej delar dens åsikt så är det ett övervägande svar på ja. 62,4% av gruppen t-time och 66,% av gruppen omnejd har alltså avföljt en person på grund av de ej delar dens åsikt. Mill menar att individen bör ha rättighet till att uttrycka sig fritt då sanningen för att enklare kunna bekräfta falska åsikter (Mill 1963,s. 229,258). Samhället måste därför ge plats för yttrandefriheten och alternativa ståndpunkter för att samhället ska utvecklas (Mill 1963, s. 231, 252ff, 258). Gruppernas ageranden på sociala medier gör det därmed svårare att förstå och identifiera sanningen enligt Mill. Olika röster möjliggör alltså en jämförelse av åsikter vilket gör att vi kan förstå vad som anses vara sanning. När majoriteten av respektive grupp väljer att värdera alla röster lika, resulterar det i att yttrandefriheten inte får samma utrymme i samhället. Enkätsvaren pekar därför på indikationer om att gruppernas attityder och värderingar kan ses ta en anti-modernistisk position som motverkar en innovation i samhället (Peters 2005, s. 2).



Majoriteten av omnejd och t-time har inte avföljt eller blockerat en person p.g.a. att en vän, bekant eller familjemedlem gjort det. 71,9% av t-time & 85,8% av omnejd svarar nej. Dock förekommer det uppmaningar från dess vänner, bekanta eller familjemedlemmar att avfölja eller blockera användare på sociala medier då 27% av omnejd och 43,2% av t-time kan bekräfta detta. Agerandet från människorna i dess omgivning som uppmanar till att värdera röster olika, kan enligt Volokh även vägleda en regerings beslut och värderingar kopplat till röster (Volokh 2000, s. 1088–1089).

En återkommande anledning till att avfölja eller blockera är skilda åsikter gällande värdegrunder eller politiska områden såsom rasism, religion, homofobi, kroppshets, kvinnohat eller djurrättigheter. Flera svar förklarar att användare publicerat sexistiska inlägg eller köpt sex. I övrigt så verkar en blockering eller avföljning ske på grund av ett bristande intresse för de inlägg som publiceras, att personen gjort följaren illa på ett personligt plan eller att den sprider dålig energi i användarens flöde. Mill menar att de röster som betar sig illa bör fortfarande tillåtas för att lättare kunna identifiera vad som accepteras som sanning. Det kommer i sin tur att verka för ett mer utvecklat och förstående samhälle (Mill 1963, s. 245).

Slutligen kan vissa positioner identifieras mer än andra bland grupperna. Resultatet tyder på en kombination av de olika positionerna. Då offentliga personer har större inflytande på sociala medier plattformar, kan de även forma opinioner med olika dolda avsikter, t.ex. att uppmana sina följare att ta avstånd och drabba specifika personer eller företag. I och med detta identifieras anti-modernister som till stor del ifrågasätter offentliga personers åsikter i många sammanhang. Anti-modernisterna agerande gentemot yttrandefriheten motverkar det som modernisterna vill uppnå, det vill säga en samhällsutveckling. En samhällsutveckling är enligt Peters enbart möjlig via en yttrandefrihet som ger plats för normativt avvikande röster. Mellan dessa positioner befinner sig postmodernisterna som är accepterande och vill möjliggöra för fler röster att ta plats i samhället (Peters 2016, s. 2).

När studiens material har analyserats och diskuterats är det dags att sammanfatta och lyfta fram de centrala slutsatserna. Vilka dessa är kommer att delges i nästkommande avsnitt, sammanfattning och slutsatser.

8. Sammanfattning och slutsatser

I denna studie har röstens värde i förhållande till yttrandefriheten inom digitala miljöer undersökts. Svaren söktes genom Nick Couldrys (2010) teori om rösten som värde och process. Utfallet pekar på att grupperna "Händer i Rönninge, Salem med omnejd" samt "t-time" anser att deras röster inte alltid tillskrivs ett värde i en digital miljö. Därmed formar grupperna till viss del ett klimat som underminerar röstens värde. Dock anser grupperna att det är viktigt att respektera andra användares åsikter i en digital miljö såsom sociala medier, vilket talar för att de sammanlänkade processerna som rösten är en del av respekteras (Couldry 2010, s. 1–2). Vidare vågar grupperna inte alltid uttrycka sina åsikter i ett sociala mediasammanhang. Några faktorer som har en inverkan på nyttjandet av rösten är plattformens relevans gällande att förmedla information på. Dessutom beskrivs en rädsla om att bli dömda men framförallt blir handlar det om en bristande respekt. Detta kan i sin tur resultera i en minskad respekt och värde för rösten (Couldry 2010, s. 9).

Dessutom har attityder och värderingar identifieras genom John Durham Peters (2005) teori om de intellektuella positioneringarna samt John Stuart Mills (1963) teori om yttrandefriheten. En postmodern positionering identifieras då grupperna inte alltid ifrågasätter åsikter från människor i dess omgivning utan är accepterande och låter fler röster ta plats. Detta kan i sin tur bero på att de tappat hoppet då de ser en bristande kunskap gällande att låta fler röster bli hörda finns i samhället (Peters 2005, s. 2). Den modernistiska inställningen är inte lika framträdande men grupperna anser att dess egna samt andra användares röster bör respekteras bland sociala medier. Däremot har majoriteten avföljt eller blockerat en användare för att de inte delar dens åsikt. Det talar i sin tur för att modernisterna motverkar yttrandefriheten genom att värdera röster olika och hindrar framtida innovation (ibid, s. 2). Slutligen identifieras en anti-modernistisk position som ifrågasätter offentliga personers åsikter på sociala medier. Det kritiska förhållningssättet kan till viss del ses motverka samhällets moderniteter (ibid, s. 2). Genom att värdera röster olika motverkas yttrandefriheten som Mill menar resulterar i en innovation och samhällsutveckling. Flera röster krävs för lättare identifiera sanningen (Mill 1963, s. 245).

Att delar av grupperna inte vågar uttrycka sina åsikter på grund av rädsla eller bristande respekt i ett sociala medier sammanhang kan till viss del ses korrelera med slutsatser från den tidigare massmedieforskningen av Katz och Lazarsfeld. En individ som vill bli accepterad av en grupp

försöker passa in och lever efter gruppens normer. Därför kan individen undvika en kommunikation som kan separera den från gruppen. Människan har därmed en roll i masskommunikationen (Katz & Lazarsfeld 1955, s. 28–29). Dock framgår det inte varför personerna känner på detta vis. Däremot kan faktumet att vissa individer inte vågar uttrycka sina åsikter i sin tur resultera i en minskad respekt och värde för rösten (Couldry 2010, s. 9).

Som Gruzd och Wellman (2014, s. 1252) nämner, bidrar sociala medier till att fler röster kan ta plats men även en ökad konkurrens. Grupperna i enkätstudien understryker vikten av att värdera röster men majoriteten av respektive grupp har avföljt eller blockerat en användare på sociala medier. Anledningen har i majoriteten av fallen varit skilda åsikter. Udupa och Pohjonen (2019, s.3050) skriver att sociala medier bidragit till ett ökat hat om etniskt ursprung och religion som måste elimineras för att skapa en legitim grund för politisk kommunikation. Vilket blev tydligt i studiens resultat då en rädsla infann sig när det handlar om att uttrycka sina åsikter.

Studien vände sig till medlemmar i Facebookgrupper då de med stor sannolikhet kan ge intressanta insikter för studiens syfte. För att öka studiens relevans hade ett slumpmässigt urval med hjälp av ett register som utgångspunkt varit att föredra, då alla har samma chans att bli valda. Därmed är studien inte genomförd på ett sätt som är generaliserbart. Vidare är validiteten relativt hög då inga stora systematiska fel inträffade. Variablerna täckte och bevarade vad de teoretiska begreppen var ämnade att identifiera. Det är svårare att uttala sig om reabilitet, slumpmässiga mätfel eller om svarsalternativen var tydliga nog då studien genomfördes enbart en gång. De frågeställningar som formulerats utifrån studiens syfte anser jag har besvarats. Däremot hade det varit intressant att fördjupa sig rådande de faktorer som influerar grupper att uttrycka respektive inte uttrycka sig i ett sociala medier sammanhang exempelvis när en cancel-culture äger rum. Att kombinera en kvantitativ enkätstudie med kvalitativa djupintervjuer kan ge en översiktlig men samtidigt djup förståelse för röstens roll i en digital miljö.

Slutligen ser jag denna studie som relevant och att den förhoppningsvis kan intressera samt inspirera framtida forskning att studera vidare värderingen av röster i förhållande till yttrandefriheten. Förslagsvis som Eve Ng (2020) nämner kan det vara av intresse att studera de långvariga interaktionerna som sker inom digitala miljöer exempelvis en cancel-culture och dess inverkan på det framtida samhället.

9. Referenslista

Barmark, M. & Djurfeldt, G. (2015) *Statistisk verktyglåda – att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur. (198 sidor)

BBC (2020). JK Rowling joins 150 public figures warning over free speech. *BBC*. 8 Juli. <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-53330105> . (Hämtad 2020-11-05).

Bouvier, G. (2020). Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform's ability to define issues of social justice. I: Fitzgerald, R (red.) *Discourse, context & media, December 2020, Vol.38*. Amsterdam: Elsevier. s. 1-11.
<https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100431>

Couldry, N. (2010). *Why voice matters: culture and politics after neoliberalism*. London: Sage.

Douthat, R. (2020). 10 Theses About Cancel Culture - What we talk about when we talk about "cancellation". 14 juli. *The New York Times*.
<https://www.nytimes.com/2020/07/14/opinion/cancel-culture-.html> . (Hämtad 2020-11-10).

Gellner, E. (1992). *Postmodernism, Reason and Religion*. London & New York: Taylor & Francis Ltd.

Greenspan, R.E. How 'cancel culture' quickly became one of the buzziest and most controversial ideas on the internet. 6 Augusti. *Insider*. <https://www.insider.com/cancel-culture-meaning-history-origin-phrase-used-negatively-2020-7> (Hämtad 2020-01-24).

Gruzd, A. & Wellman, B. (2014). Networked Influence in Social Media: Introduction to the Special Issue. I: Gruzd, A. & Wellman, B (red.) *American Behavioral Scientist 2014, Vol. 58(10)*. Kalifornien: SAGE Publications. s. 1251–1259.
<https://doi.org/10.1177%2F0002764214527087>

Integritetsskyddsmyndigheten (u.å.). Dataskyddsförordningens syfte och tillämpningsområde. *Integritetsskyddsmyndigheten*. <https://www.imy.se/lagar--regler/dataskyddsförordningen/dataskyddsförordningens-syfte-och-tillämpningsområde/> (Hämtad 2020-02-22).

Institutet för språk och folkminnen (2020). Nyordslistan 2020. 29 december. *Institutionen för språk och folkminnen*. <https://www.isof.se/sprak/nyord/nyordslistan-2020.html> (Hämtad 2020-12-31).

Jämställdhetsmyndigheten (2019). #METOO. 21 November. *Jämställdhetsmyndigheten*. <https://www.jamstalldhetsmyndigheten.se/mans-vald-mot-kvinnor/sexuella-trakasserier/metoo> (Hämtad 2020-12-09).

Karlsson, R. (2020). JK Rowling anklagas för transfobi - Kritiken: "Finns inte någon ursäkt för det". 7 Juli. *Aftonbladet*. <https://www.aftonbladet.se/nojesbladet/a/jdRzOo/jk-rowling-anklagas-for-transfobi> . (Hämtad 2020-11-02).

Katz, E. & Lazarsfeld, P. (1955). *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New Jersey: Transaction Publishers.

Lillkung, A. (2020). Cissi Wallin: Jag har gjort en sorts anti-karriär. 15 Oktober. *Svenska Yle*. <https://svenska.yle.fi/artikel/2020/10/15/cissi-wallin-jag-har-gjort-en-sorts-anti-karriar> . (Hämtad 2020-11-05).

Mill, J.S. (1963). *Collected Works of Stuart John Mill*. I: John M. Robson *et al.* (red). Toronto: University of Toronto Press.

Ng, E. (2020). No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture and Digital Media Participation. I: Negra, D. & Ong Corpus, J (red.) *Television & new media, September 2020, Vol.21(6)*. Thousand Oak: SAGE Publishing. s. 621-627. <https://journals-sagepub-com.till.biblextern.sh.se/doi/pdf/10.1177/1527476420918828>

Nordlander, J. (2020-09-03). *Cancel culture museum* [Audio Podcast]. Sveriges Radio. <https://sverigesradio.se/avsnitt/1563583>

Peters, J.D. (2005). *Courting the Abyss: Free Speech and the Liberal Tradition*. Chicago: University of Chicago Press.

Plato. (1961). *The Republic*. I: Hamilton, & Cairn, H (red.). *The Collected Dialogues of Plato*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Tunick, M. (2015). The value of free speech. I: Tunick, M (red). *Balancing privacy and free speech: unwanted attention in the age of social media*. London: Routledge.

Udupa, S. & Pohjonen, M. (2019). Extreme Speech| Extreme Speech and Global Digital Cultures—Introduction. *International Journal of Communication*, 13, 19.

https://epub.ub.uni-muenchen.de/69630/1/Udupa_Pohjonen_Extreme_speech.pdf

UR Play (2020). “Det går inte att ta sig tillbaka efter man blivit cancelled” [Video online]. <https://urplay.se/program/216715-tank-till-talkshow-det-gar-inte-att-ta-sig-tillbaka-efter-man-blivit-cancelled> (Hämtad 2020-01-24).

Volokh, E. (2000). Freedom of Speech and Informational Privacy: The Troubling Implications of a Right to Stop People from Speaking about You. *Stanford Law Review* 52(5). Stanford: Stanford Law School. s. 1049– 1124.

Wanloo, J. (2020). Johan Wanloo: "Cancel culture" är här för att stanna. 18 Juli. *Göteborgs-Posten*. <https://www.gp.se/kultur/kultur/cancel-culture-är-här-för-att-stanna-1.31380632> (Hämtad 2020-11-11).

10. Appendix

Enkät

Enkät för min C-uppsats

Information till grupperna (urval)

Den här enkätundersökningen är en del av min C-uppsats som undersöker online-miljön. Medverkan är anonym och all information kommer att hanteras enligt GDPR-lagen.

Jag uppskattar verkligen om du tar dig tid att svara på min enkät som tar cirka 3–5 min.

Grundläggande frågor

Vilket kön identifierar du dig som?

- 1) Tjej
- 2) Kille
- 3) Icke-binär
- 4) Vill ej ange

Hur gammal är du?

- 1) 13–19
- 2) 20–29
- 3) 30–39
- 4) 40–49
- 5) 50–59
- 6) 60+

Vilka sociala medier använder du mest?

- 1) Instagram
- 2) Twitter
- 3) Facebook
- 4) Snapchat
- 5) Youtube

6) Skrivsvar...

Ageranden på sociala medier

Har du någon gång avföljt eller blockerat en persons konto på sociala medier för att du inte delar dens åsikt?

- 1) Ja
- 2) Nej

Om ja, varför har du avföljt eller blockerat personens konto?

Skrivsvar ...

Har du någon gång avföljt eller blockerat ett konto på sociala medier för att en bekant, vän eller familjemedlem gjort det?

- 1) Ja
- 2) Nej

Har du någon gång blivit uppmanad att avfölja eller blockera ett konto på sociala medier av en bekant, vän eller familjemedlem?

- 1) Ja
- 2) Nej

Har du någon gång avföljt eller blockerat en person och ångrat dig i efterhand?

- 1) Ja
- 2) Nej

Om ja, varför ångrade du dig ?

Skrivsvar ...

Har du någon gång uppmanat dina följare på sociala medier att avfölja eller blockera en person?

- 1) Ja
- 2) Nej

Om ja, varför gjorde du det?

Skrivsvar ...

Info: Nu kommer några påståenden där du får kryssa i hur väl de stämmer in på dig

Informantens omgivning

Jag tycker det är viktigt att mina vänner har samma åsikter som mig

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Min vänner tycker det är viktigt att vi har samma åsikter

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Jag tycker det är viktigt att respektera andra användares åsikter på sociala medier

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Informantens egen röst

Jag tycker det är viktigt att användare på sociala medier respekterar mina åsikter

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Jag vågar uttrycka mina åsikter på sociala medier

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

När jag inte vågar uttrycka min åsikt på beror det på att...

Skrivsvar ...

Har du blivit påhoppad eller kränkt på grund av en åsikt du delat på sociala medier under det senaste året?

- 1) 1 gång
- 2) 2–10 gånger
- 3) Fler än 10 gånger
- 4) Nej
- 5) Skrivsvar ...

Känner du att din åsikt värderas och tas på allvar när du uttrycker dig på sociala medier?

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Politik**Upplever du att politik förekommer i ditt sociala medier flöde?**

- 1) Varje dag
- 2) Någon gång i veckan
- 3) Någon gång i månaden
- 4) En gång i månaden
- 5) Någon gång per år
- 6) Aldrig

I så fall, vilket eller vilka ämnen handlar det politiska uttalandet/inlägget om?

- 1) Handel
- 2) Mänskliga rättigheter
- 3) Forskning och innovation
- 4) Kultur
- 5) Miljö och klimat
- 6) Ekonomi
- 7) EU
- 8) FN
- 9) Utbildning
- 10) Migration och asyl
- 11) Folkhälsa
- 12) Försvar och säkerhet
- 13) Vill inte svara
- 14) Skrivsvar...

Offentliga personer på sociala medier**Följer du några offentliga personer på de sociala medier plattformar du nyttjar mest?**

- 1) Ja
- 2) Nej

Om ja, varför följer du den/dessa offentliga personen/personerna?

- 1) Underhållande
- 2) Bidrar med kunskap
- 3) Publicerar fina bilder
- 4) Personen är snygg
- 5) Jag kan prata med andra användare
- 6) För att en person tvingade mig
- 7) Tidsfördriv
- 8) Så jag kan skriva elaka kommentarer
- 9) Personen talar om mitt fritidsintresse
- 10) Skrivsvar...

Har de offentliga personer du följer på sociala medier uppmanat dig till att avfölja en person eller dela ett inlägg som pekar ut en person?

- 1) Ja
- 2) Nej

Om ja, varför uppmanades du att avfölja och peka ut personen?

Skriv svar...

Ser du upp till offentliga personer på sociala medier?

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Tar du till dig av vad en offentlig person säger på sina sociala medier?

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Sällan
- 4) Ibland
- 5) Aldrig

Ifrågasätter du de åsikter som offentliga personer talar eller skriver om på sociala medier?

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig

Ifrågasätter du de åsikter som en vän, bekant eller familjemedlem talar eller skriver om på sociala medier?

- 1) Alltid
- 2) Ofta
- 3) Ibland
- 4) Sällan
- 5) Aldrig