



Lika olika

En kvantitativ studie kring generationers attityder gentemot sociala praktiker på sociala medier

Equally different

A quantitative study about generational attitudes towards social practices on social media

Rosanna Risberg

Fakulteten för humaniora och samhällsvetenskap

Sociologi

15 hp

Stefan Karlsson

Anna-Lena Haraldsson

Juni 2019

Sammanfattning

Studiens syfte är att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier. Studien utgår från Prensky's (2001) begrepp digitala infödingar och digitala immigranter där respondenter som haft sina formativa år innan genomslaget av sociala medier kategoriserats in som digitala infödingar (18-44 år) och de äldre kategoriseras in som digitala immigranter (45 år eller äldre). Studien är genomförd med hjälp av en kvantitativ enkät som besvaradats av totalt 105 stycken respondenter med en medelålder på 43 år. De yngre respondenterna, det vill säga de digitala infödingarna utgörs av 52 stycken respondenter och de äldre, digitala immigranterna, utgörs av 53 stycken respondenter. Resultatet visar att generationsgrupperna är ”lika olika”. Det vill säga att de är relativt överens kring vad som anses vara acceptabelt och oacceptabelt att publicera på sociala medier men där de digitala infödingarna generellt erhåller en högre grad av acceptans jämfört med de digitala immigranterna. På grund av detta erhålls ett kritiskt perspektiv utifrån den social konstruktionismen på den alarmism som finns kring ungas beteende på internet.

Nyckelord: sociala praktiker, sociala medier, attityd, ålder, social konstruktionism

Innehållsförteckning

1. Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.2 Syfte och frågeställningar	4
1.3 Disposition.....	4
2. Tidigare forskning.....	5
2.1 Generationers förhållande till den digitala världen	5
2.2 Generationers uppfattningar om sociala medier	7
2.3 Generationers publicering på sociala medier.....	8
2.4 Sammanfattning av tidigare forskning	9
3. Teoretisk referensram	10
3.1 Den sociala konstruktionismen.....	10
3.1.1 Ålder som en konstruktion.....	10
3.1.2 Sociala medier som en konstruktion	12
3.2. Attityd.....	13
3.3 Slutsats av den teoretiska referensramen.....	14
4. Metod och material	16
4.1 Val av metod.....	16
4.2 Urval	16
4.3 Enkätkonstruktion.....	17
4.3.1 Bakgrundsfrågor	17
4.3.2 Påståenden och fabricerade inlägg.....	18
4.3.3 Öppna frågor	19
4.4 Datainsamling	19
4.5 Bortfall.....	19
4.7 Analysmetod.....	20
4.8 Validitet och reliabilitet	22
4.6 Etiska överväganden och GDPR	23
5. Resultat och analys	25
5.1 Resultat	25
5.1.1 Bakgrundsvariabler	25
5.1.2 De två generationers syn på publicering av relationell kontra individuell <i>information</i> på sociala medier	27
5.1.3 De två generationers syn på publicering av <i>kritik</i> på sociala medier.....	31

5.1.4 Centrala resultat	34
5.2 Analys	34
6. Diskussion.....	39
7. Referenslista.....	42
8. Bilagor.....	44
8.1 Bilaga 1 - Missivbrev	44
8.2 Bilaga 2 - Enkät	45

1. Inledning

I detta stycke presenteras tankar kring hur denna studie kommit till och varför detta ämne valts att undersökas. Vidare preciseras studiens problemområde fram till ett syfte som konkretiseras i två stycken frågeställningar. Avslutningsvis följer en kortare genomgång över vad efterföljande kapitel innehåller.

1.1 Bakgrund

Den digitala utvecklingen har kommit att förändra såväl individens relationer som vardag (Gripsrud 2011). Detta då vi idag i realtid kan diskutera valfria ämnen med någon som fysiskt befinner sig tusentals mil ifrån oss, betala räkningar med ett så kallat ”klick” och ”gå på” läkarbesök genom Facetime direkt i telefonen, allt detta tack vare genomslaget av World Wide Web, som fortsättningsvis kommer benämnas för internet. Handskrivna och postade brev har således ersatts med e-post, det offentliga torget med talarstol har ersatts med politiker vars personligare sida visas på sociala medier och hur pass nära vänner man är kan idag definieras utifrån hur många ”likes” någon bekräftar en med (Gripsrud 2011; Nord, Grusell, Bolin & Falasca 2018; Jugelius 2018).

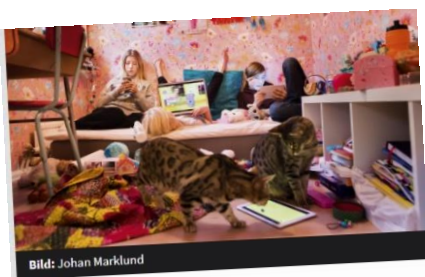
Genomslaget av internet kan ses som en maktbalans där åsiktsyttranden tidigare förmedladats av författare, journalister och andra makthavare (Funcke 2016). Det kan därför ses som att internetrevolutionen förenklat för individen till att få sina åsikter hörda eftersom vi i Sverige har grundlagarna yttrande- och åsiktsfriheten. Vilka i korthet innebär att alla har rätt till fria åsikter och genom yttrandefriheten får du därmed även uttrycka åsikterna oberoende av uttrycksmedel och utan att på förhand bli censurerad av stat eller myndigheter. Ifrån att med sina åsikter nå ut till närmsta vänner, familj och grannar kan man idag som privatperson nå ut till den större massan och interagera med människor trots ett långt fysiskt mellanrum, tack vare dels internet men kanske framförallt sociala medier (Eek-Karlsson 2015).

Sociala medier skapades för att människor skulle kunna skapa och upprätthålla kamratskap och interagera med andra över tid och rum (Eek-Karlsson 2015). Eek-Karlsson (ibid) menar att sociala medier således bidrar till en gemenskap där individen blir bekräftad och får tillgång till en gemenskap i kollektivet genom sociala praktiker. Sociala praktiker kan ses som handlingar vilket på sociala medier då alltså avser publicering, deltagande och bekräftelse. Det som skiljer kommunikationen online från den som sker offline är just enkelheten och direktheten då man

upplevs kunna agera framför en osynlig publik där tillexempel en ”gilla-markering” står för ett visat intresse och bekräftelse (Livingstone 2008 refererad i Eek-Karlsson 2015).

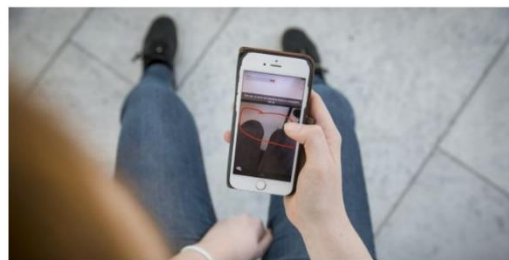
Mycket forskning som görs berör hur den förändrade kommunikationen egentligen påverkar oss och främst hur den påverkar de som växer upp i en tid efter det att revolutionen gått från analog till digital (Eek-2015). Denna generation benämns bland annat för *Smartphonegenerationen*, alternativt *Generation Z* och är den första generationen att växa upp med just smartphones, internet och sociala medier (Voltaire & Simonsson 2018). Mycket av den forskning som görs är till syfte att förstå de ungas kommunikation, deras normer och agerande i relation till internet (Eek-Karlsson 2015). Medialt skrivs det även en hel del artiklar som problematiserar förhållandet mellan den digitala utvecklingen och den yngre generationen (se Alpman 2018; Latvala 2017; SVT 2017).

1



Livet framför skärmen

Att ständigt ha mobilen inom räckhåll gör ungdomar deprimerade och självmordsbenägna. Det hävdar den amerikanska psykologiprofessorn Jean Twenge. Andra forskare menar att hon har helt fel och pekar i stället på en mängd positiva effekter. Vem kan vi lita på?



LÅNGLÄSNING

Bevaka ☆

”Har smartphones förstört vår generation unga?”

Den generation tonåringar som föddes efter millennieskiftet – ”iGen” – tillbringar hellre sin tid framför en skärm än på fester eller bakom ratten. Det gör dem fysiskt sett säkrare än någon annan generation före dem, skriver Jean M. Twenge i en artikel i *The Atlantic* som blivit en av årets mest lästa. 13-åriga Athena sammanfattar sin generation med orden:
– Jag tror att vi gillar våra telefoner mer än vi gillar riktiga människor.

Nätmobbing bland skolelever ett växande problem

För många unga innebär skolstarten en återkomst till en vardag med kränkande kommentarer, hot och olovliga publiceringar på internet. Över hälften av lärarna i mellan- och högstadiet uppger att deras skola har problem, en av dem är hristian Gerecht på Västra enhagenskolan i Uppsala.

Vad som upplevs problematiskt är just det faktum att individen är mer benägen att skriva elakt innehåll online än att i verkliga livet yttra samma typ av åsikt (Jugelius 2018). Som lösning på detta har det således debatterats kring att införa filter, åldersgräns eller översyn av vuxna för att förhindra eventuella kränkningar och hårda jargonger samt förse unga med kunskap om de risker som finns med att dela med sig av *för* personlig information, som menas utgöra en risk

¹ Från vänster till höger:

Alpman (2018)

Latvala (2017)

SVT (2017)

för kränkning (Eek-Karlsson 2015). Enligt mig blir detta intressant genom att se till Friends definition av kränkning ”en handling som gör att personen som blir utsatt känner sig ledsen, sårad eller mindre värd” (Friends 2018 s.8). Det vill säga att definitionen av kränkt således blir subjektiv, alltså att kränkning definieras utifrån hur personen i fråga upplever något, vilket reflekterande kan skifta väldigt beroende på person, situation och normer.

Utifrån åldersstratifieringsteorin formas individen utifrån de förväntningar som finns på de åldersstrata som hen befinner sig i (t.ex. barn, ungdom, vuxen eller äldre) och växelverkande med de samhälleliga förändringar som sker (Riley 1987). Enligt mig blir detta intressant genom att se till de stereotypiska förväntningar som Angelöw och Jonsson (2000) menar finns på ungdomar såsom att de behöver guidning, gränser och tillrättavisning. Ur ett social konstruktionistiskt perspektiv ifrågasätts det förgivenetagna och härigenom ses sociala praktiker, det vill säga sociala handlingar, som uttryck för sociala konstruktioner (Angelöw & Jonsson 2000). Till exempel som att ungdomar är i behov av guidning eller tillrättavisning , vilket inte är genetiskt utan genom sociala praktiker som t.ex. talet eller handlingar så konstrueras en bild av ungdomar.

Genom att relatera detta till internetrevolutionen som ägt rum kan det ses som att förväntningar och de samhälleliga förändringarna krockar då den yngre generationen är de som anammat sociala medier tidigare än resterande generationer (Davidsson, Palm & Melin Mandre 2018). De har dessutom vuxit upp i en tid där de formats av kommunikation och intryck online. Så vad som enligt mig blir intressant är således att den yngre generationen är de som man utbildar, skriver och forskar om, när det egentligen är denna generationen som eventuellt besitter en större kunskap och har en mer naturlig väg till de digitala, jämfört med de som forskar, skriver och utbildar.

Med hänvisning till ovanstående fakta kommer denna studie ur ett social konstruktionistiskt perspektiv att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier. Detta för att finna ifall det egentligen finns några skillnader mellan de som vuxit upp innan eller efter internets och sociala mediers genomslag. Alternativt om det blivit någon typ av alarmism där den yngre generationen problematiserats utefter de förväntningar som finns på det ålderstratat de befinner sig i och således glömmer bort att de faktiskt både format och formats av sociala medier.

1.2 Syfte och frågeställningar

Syftet med denna studie är att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier.

Studien kommer utifrån ett generationsperspektiv jämföra:

- Finns det skillnader mellan generationerna i synen på publicering av relationell kontra individuell information på sociala medier?
- Finns det skillnader mellan generationerna i synen på publicering av kritik på sociala medier?

1.3 Disposition

Varje del av uppsatsen kan ses som en byggsten för att avslutningsvis kunna besvara studiens syfte. I *avsnitt 2* kommer tidigare forskning som berör problemområdet att presenteras och i *avsnitt 3* redogörs de teoretiska referensramen som resultatet ska analyseras med hjälp av. I *avsnitt 4* kartläggs studiens praktiska metod, det vill säga hur jag praktiskt gått tillväga för att kunna uppnå studiens syfte. I *avsnitt 5* presenteras studiens resultat vilket vidare även analyseras utifrån den teoretiska referensramen och här besvaras även studiens syfte och frågeställningar. I *avsnitt 6* förs en diskussion innehållande reflektionen om studien i sig och de resultat som studien mynnat ut i.

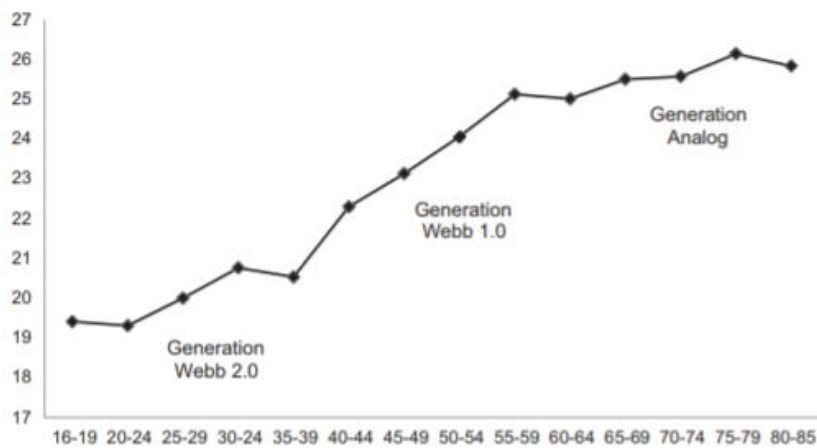
2. Tidigare forskning

I detta avsnitt presenteras tidigare forskning som gjorts och som är relevant för min studie. Fokus ligger på olika generationers relation till den digitala utvecklingen och sociala medier. Eftersom de flesta studier som handlar om sociala medier enbart berör den yngre generationen har de studierna som presenteras nedan valts på grund av att de erhåller ett generationsperspektiv. Det är tre studier som skildras och deras relevans förklaras löpande under textens gång. Genom avsnittet kommer vi utifrån ett generationsperspektiv få svar på hur man bör förhålla sig till mellan online- och offlinevärlden, vilka uppfattningar som finns om sociala medier, samt hur onlinebeteenden och ordval skiljer sig åt på sociala medier.

2.1 Generationers förhållande till den digitala världen

I en studie av SOM-institutet undersökte Bengtsson och Johansson (2015) individers mediemoral, det vill säga vad som anses vara ett anständigt och hövligt beteende vid användning av digitala verktyg såsom datorer och mobiltelefoner. Detta för att synliggöra normer i relation till det digitala och det som mättes var *hövlighetsnormer* kontra *anständighetsnormer*. Hövlighetsnormer avser vad som är accepterat att göra i direkt interaktion med andra i konkreta vardagssituationer t.ex. använda mobiltelefonen under en middag med sin partner eller tala i högtalartelefon på offentliga platser utan att först be den man talar med om lov först. Anständighetsnormer handlar således också om val som individen gör i sin vardag men i en indirekt kontakt som t.ex. att tala om sitt privatliv i mobiltelefon så att andra hör alternativt förbättra foton av sig själv innan publicering på internet. Mätningen visade att respondenterna generellt har en väldigt kritisk syn på beteenden kopplade till digitala medier. Hövlighetsnormerna bedömdes generellt mer negativt än anständighetsnormer. Det mest oacceptabla var att använda mobiltelefonen under en middag med sin partner.

När data ställdes mot ålder visade det sig att det fanns en åldersskillnad. Desto yngre respondenten var, desto större acceptans fanns gentemot normerna och med en stigande ålder ökade den kritiska blicken (Bengtsson & Johansson 2015) (se figur 1). För att ta reda på om skillnaderna beror på individernas livscykel, det vill säga att individen alltså blir ”visare” med åren, eller om det är en generationsskillnad skapades en uppdelning utifrån generation.



Figur 1: Mediemoral i en digital värld (Bengtsson & Johansson 2015).
 Diagrammet visar synen på hövlighets- och anständighetsnormer i relation till mobiltelefoner, internet och sociala medier fördelat på ålder.

Det fanns två brott på kurvan, det första skedde mellan åldersspannet 35-39 år och 40-44 år, och de andra mellan 55-59 år och 60-64 år (Bengtsson & Johansson 2015). Därav menar författarna att individers mediemoral står i relation till samhällsliga förändringar inom mediasystem gällande medieteknologi och medieanvändning och delar således in respondenterna i *Generation Webb 2.0*, *Generation Webb 1.0* och *Generation Analog*. Den yngre generationen, *Generation Webb 2.0*, sträcker sig åldersmässigt från 16-39 år och hade sina formativa år (15-25 år) när mobiltelefoner, internet och sociala medier normaliserats och blivit en naturlig del av vardagen (Bengtsson & Johansson 2015). De mellan 40-60 år, *Generation Webb 1.0* är en generation som fått anpassa sig in i den digitala världen under en tid där radio, TV och tidningars etablering vidgats och inträtt även på internet. De som är äldre än 60 år tillhör den analoga generationen som blev vuxna och därmed hade sina formativa år innan dess att datorer, internet och mobiltelefoner slog igenom.

Även fast den ovanbeskrivna studien inte berör sociala medier i särskilt hög utsträckning menar jag ändå att den är relevant för denna studien. Detta eftersom den visar på att förhållningssättet mellan online och offline är en fråga om generationer där de yngre har en högre grad av acceptans jämfört med de äldre och där detta inte enbart är en fråga om livslopp utan som något i relation till samhällsliga förändringar. Reflekterande kan därför en yngre generation även tänkas erhålla en högre grad av acceptans på sociala medier jämfört med de äldre vilket eventuellt har att göra med deras attityd gentemot publiceringar på sociala medier som denna studie kommer beskriva. Innan vi går händelserna i förväg ska vi först skildra generationers

uppfattningar om sociala medier eftersom även dettas kan tänkas stämma överens med deras attityder gentemot sociala praktiker på sociala medier.

2.2 Generationers uppfattningar om sociala medier

2014 gjorde SOM-institutet en undersökning om svenskarnas uppfattning av sociala medier (Ghersetti 2015). Studien gjordes med hjälp av enkäter som innefattade tre kluster; sociala kontakter och nätverkande, information och åsiktsutbyte samt oönskad exponering och personangrepp. Respondenterna fick vidare ta ställning till olika påståenden utifrån klustren för att kunna synliggöra vad sociala medier uppfattades vara för typ av plats. Resultatet visade att det fanns en hög medvetenhet av de risker som sociala medier innebär och där 9 av 10 är oroliga för att utsättas för detta. Den näst vanligaste uppfattningen är att sociala medier är en plats för sociala kontakter och nätverkande följt av information och åsiktsutbyte.

Vidare presenterar Ghersetti (2015) klustren bland annat utifrån bakgrundvariabeln ålder som visar att de yngre överlag erhåller en mer positiv uppfattning av sociala medier jämfört med äldre och i takt med en stigande ålder uppfattar respondenterna sociala medier som mindre positivt. De yngre är både mer positiva till och medvetna om riskerna av sociala medier än de äldre. Resultatet visar även att skillnaderna är störst mellan de som använder sociala medier och de som inte gör det där de som inte gör det generellt har en mer negativ uppfattning. Desto oftare och mer frekvent respondenterna använder sociala medier är deras uppfattning positiv och medvetenheten av riskerna högre. Sammanfattningsvis uppfattas sociala medier som en plats för rådgivning, uppdateringar och åsiktsutbyten med nära kontakter och desto mindre som en plats för att orientera sig bland samhällsfrågor eller nyhetsrapportering. Resultatet visar alltså även att yngre och flitiga användare tenderar att vara mer positiva och mer medvetna om riskerna som sociala medier innebär jämfört med äldre och icke-användare.

Den ovanbeskrivna studien är intressant och relevant för denna studie eftersom den visar på att det finns generationsskillnader även gällande uppfattningarna om sociala medier. Eftersom jag i denna studie ska jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier kan det reflekterande tänkas att de uppfattningar som respondenterna har om sociala medier förtäljer något om deras attityd gentemot olika sociala praktiker, det vill säga publiceringar, på sociala medier. Vi har nu med hjälp av två studier från SOM-institutet skildrat generationers *förhållande till* den digitala världen och *uppfattning av* sociala medier och nu ska vi få svar på hur generationerna skiljer sig åt vid

publicering på sociala medier. Detta kommer göras med hjälp av en studie från Colombia University i New York.

2.3 Generationers publicering på sociala medier

Rosenthail och McKeown (2011) har i sin studie undersökt om det går att förutsäga blogg författares ålder genom att studera deras ordval och beteende online. Deras hypotes är nämligen att de som är födda under den tid då användningen av sociala medier accelererade skiljer sig mellan varandra. De fokuserar därför i sin studie på generation Y som är födda från mitten av 1970-talet fram till början på 2000-talet. Detta eftersom det var under deras uppväxt som sociala medier och direkt kommunikation blev allt mer etablerat och populärt. Rosenthail och McKneown (ibid) skalar av och fokuserar främst på de individer som är födda mellan 1975-1988, eftersom dem i denna grupp förmodligen befann sig på college (och var mellan ca 18-22 år gamla) när användningen av sociala medier accelererade som mest. Främsta skillnaderna finns mellan de som är födda 1979 eller tidigare och 1984 eller senare och därför benämns individer som är födda 1979 eller tidigare för ”*pre-social media*” och de som är födda 1984 eller senare benämns därför som ”*post-social media*”.

Materialet bygger på 24.500 bloggar från den amerikanska plattformen ”LiveJournal”. När bloggarna laddats ner har blogg författares födelseår fokuserats och inte vilken ålder de var i när inlägget skrevs. Inläggen är även skrivna på engelska och är publicerade någon gång mellan 2000-2010. Genom lexikaliska innehållsfunktioner finner Rosenthal och McKneown (2011) skillnader mellan de som är födda ”*pre-social media*” och ”*post-social media*”. Skillnaderna ligger i de ordval som blogg författare använder där individer tillhörande kategorin ”*post-social media*” använder desto mer uttryck innehållande slang och förkortningar jämfört med bloggare författade av ”*pre-social media*”. Det fanns även skillnader mellan generationerna gällande utseende och innehåll på bloggarna där de yngre ”*post-social media*” ägnade mer tid på de visuella och använde istället mer enkla ord än vad generationen ”*pre-social media*” gjorde. Utifrån dessa skillnader menar därför författarna att det till en relativt hög grad går att förutsäga blogg författares ålder utifrån ”*pre-social media*” och ”*post-social media*”.

Rosenthal och McKneown's (2011) studie är relevant för min studie då den visar att producering av innehåll på sociala medier skiljer sig åt beroende av hur gammal man varit när användningen av sociala medier accelererade. Eftersom jag med denna studien vill jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala

medier, vet jag nu inför min studie att generationer genererar olika typer av innehåll vilket kan tänkas ha att göra med att de har olika bilder av vad sociala medier egentligen innebär som skildrats med hjälp de två studierna från SOM-institutet.

3.4 Sammanfattning av tidigare forskning

Som ovan beskrivits har vi nu med hjälp av tidigare genomförd forskning kunnat urskilja generationers förhållanden *till* det digitala, deras uppfattning *av* sociala medier samt deras beteenden och ordval *på* sociala medier. Eftersom denna studie syftar till att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier, tar jag inspiration från de tre ovan beskrivna studierna vid generationsindelningen i denna studie. Eftersom både Bengtsson och Johansson (2015) samt Rosenthal och Mckneown (2011) menar att generationer förhåller sig annorlunda till både det digitala och till sociala medier beroende på den tid man vuxit upp i kommer jag göra generationsindelningen utifrån när sociala medier slog igenom. Detta för att kunna synliggöra eventuella skillnader utifrån den tid respondenterna vuxit upp i och inte enbart utifrån ett livsloppsperspektiv, det vill säga att man till exempel blir visare med åren. Den exakta definitionen kring hur åldersindelningen kommer vara i denna studie presenteras i avsnitt 3, *teoretiskt referensram*, som vi nu kommer till.

3. Teoretisk referensram

Detta avsnitt innehåller de teoretiska ramverk som senare kommer att användas för att förstå studiens resultat i avsnitt 5. Studien kommer inneha ett social konstruktionistiskt perspektiv och det är således ur denna synvinkel som ålder och sociala medier kommer tas i beaktning. Vidare kommer även detta avsnitt innehålla en redogörelse av attitydbegreppet utifrån ett socialpsykologiskt perspektiv. Avslutningsvis presenteras en sammanfattning av det teoretiska ramverket.

3.1 Den sociala konstruktionismen

Inom den sociala konstruktionismen menar företrädare att människans sociala verklighet är socialt konstruerad och därför innehas ett relativt kritiskt förhållningssätt och studerar olika former av så kallade sociala konstruktioner (Burr 1995 refererad i Angelöw & Jonsson 2000). Sociala konstruktioner menar företrädare för perspektivet är sådant som är förgivenetagna kunskaper och som inte uppstått från intet eller ska betraktas som sanning utan har präglats både historiskt och kulturellt. Det är genom *sociala praktiker* (sociala handlingar) världen blir socialt konstruerad, vilket sker genom en tredelad process; externalisering, objektivering och internalisering (Berger & Luckmann 1991).

När människor talar, skriver eller uttrycker något till andra externaliseras kunskapen och har då gjorts objektiverad, det vill säga att kunskapen finns nu i den objektiva världen (och inte bara i förmedlarens tankar). Om budskapet ses som just objektiv och inte som en konstruktion (av tankar) av åhörare kan kunskapen internaliseras, det vill säga att åhörare tar till sig av kunskapen som då blir en del av hens verklighetsuppfattning och ses vidare som självklar. Inom social konstruktionismen menar man därför att de tankar, värderingar och normer som vi idag har står i relation till den verklighet vi lever i. Till exempel genom att se till olika åldersstrata såsom barn, ungdom, vuxen och gammal. Tänk dig att någon benämns som gammal, då tilldelas denna person stereotypiska attribut som eventuellt trött, glömsk eller förvirrad. Fast att det egentligen inte finns något direkt orsakssamband mellan ”gammal” och attributen, utan det är en social konstruktion av ålderdom.

3.1.1 Ålder som en konstruktion

Krekula och Heikkinen (2014) och andra forskare menar att ålder, likt genus, klass och etnicitet är meningsskapande och där detta utifrån samhället ges olika typer av möjligheter, rättigheter och skyldigheter. Därför menar författarna att ett mer övergripande perspektiv på ålder behövs.

Således behöver ålder och åldrande relateras till samhälleligförändring för att skapa en bredare och djupare förståelse av en ålderskohort. Genom *ålderstratifieringsteorin* gör just Riley (1987) detta. Till skillnad från sociala positioner som genus och klass ser förväntningarna och händelserna annorlunda ut gällande ålder, då individer hela tiden åldras och förväntas att åldras. Olika ålderskategorier benämns som åldersstrata och avser olika skeenden i livet som människan går igenom i takt med åldrandet t.ex. barn, ungdom, vuxen och gammal. Teorin bygger således på en växelverkan mellan (1) de egenskaper som individer i olika åldersstrata besitter och (2) samhällets utveckling. Utifrån detta synsätt har ungdomar idag därför annorlunda förväntningar, normer och egenskaper jämfört med de som var ungdomar på 1950-talet. För att kunna jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier kommer respondenterna delas in efter ifall de haft sina formativa år innan eller efter användningen av sociala medier tog fart, för att se om detta kan ha betydelse.

3.1.1.1 Digitala infödingar och digitala immigranter

Som nämnades i föregående avsnitt är min tanke med åldersindelningen att kategorisera in de som vuxit upp innan genomslaget av sociala medier till en generation och de som vuxit upp under eller efter genomslaget till en annan. Detta för att se ifall attityderna gentemot publicering på sociala medier är en fråga om generation, och inte enbart utifrån ett livslopp. Indelningen har gjorts med hjälp av Marc Prensky's (2001) begrepp *digitala infödingar* och *digitala immigranter*.

I likhet med den tidigare forskningen som beskrevs i föregående avsnitts försökte även Marc Prensky (2001) att beskriva skillnader mellan generationer utifrån samhällelig förändring. Prensky (ibid) myntade begreppet *digitala infödingar* (digital natives) till syfte att beskriva barn och ungdomar som till skillnad från tidigare generationer haft en självklar tillgång till en ny typ av teknologi som bland annat tv-spel, digitala mediaspelare och internet. Han menade att de ungdomar som formats under den tid då detta slog igenom föralltid kommer tänka och bearbeta information på skilt sätt jämfört med föregående generationer. Tidigare generationer benämns därför för *digitala immigranter* (digital immigrants) som alltså efter sina formativa år tillträtt den digitala världen och internet. Skillnaden mellan de två grupperna menade Prensky (ibid) är graden av effektivitet, medvetenhet och kunskap gentemot internet och det digitala. De digitala immigranterna anpassas och fascineras av den digitala världen men kommer alltid att föredra "fysiska" värden och där digitala kanaler hamnar i andra hand t.ex. vid informationsinhämtning.

Prensky's (2001) begrepp syftar således inte till att beskriva dess relation till just sociala medier utan till den digitala revolutionen i sig. Därför kommer jag att enbart använda mig av hans tankar kring och benämningar för digitala infödingar och digitala immigranter. Själva åldersindelningen inspireras istället från Rosenthail och McKneown's (2011) studie men med en justering. Rosenthail och McKneown (2011) drog skiljelinjen mellan "pre-social media" och "post-social media" vid år 1979. Men eftersom Angelöw och Johansson (2000) menar att individen är form- och anpassningsbara upp till 20 års ålder samt att Davidsson et al. 2018 menar att sociala medier slog igenom ungefär år 2000 i Sverige förflyttar jag skiljelinjen till år 1975. Således kommer digitala infödingar definieras som individer födda 1975 eller senare och därigenom vuxit upp under eller efter genomslaget av sociala medier. Digitala immigranter kommer således definieras som individer födda tidigare än år 1975, eftersom de vuxit upp och formats innan genomslaget av sociala medier.

3.1.2 Sociala medier som en konstruktion

Som inledningsvis nämndes skapades sociala medier för att individer skulle kunna skapa och upprätthålla en gemenskap över tid och rum (Eek-Karlsson). Utvecklingen av internet har således förändrat människors sätt att kommunicera då det genom sociala medier blir möjligt för vem som helst att bli författare av budskap och åsikter (Rosenthail & McKeown 2011). Sociala medier kan enligt Rosenthail och McKneown (ibid) ses som en informell arena där användarna själva skapar sina regler och tillsammans med andra kommer överens om vad innebörden av fenomenet egentligen är.

Utifrån ett social konstruktionistiskt perspektiv blir således sociala medier en konstruktion genom både talet *om* och beteenden *på* sociala medier som internaliseras både av användare och icke-användare. Som ovan beskrivits (se avsnitt om *tidigare forskning*) så menade Ghersetti (2015) att olika generationer har olika uppfattning om sociala medier och där de som erhöll en mer negativ uppfattning antingen var äldre eller icke-användare. De som är icke-användare kan utifrån ett social konstruktionistiskt perspektiv då alltså tänkas skapa sin konstruktion av sociala medier genom talet *om* fenomenet eftersom de inte själva befinner sig *på* sociala medier.

Eftersom jag i denna studie vill jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier är jag därmed inte enbart intresserad av de som aktivt använder sociala medier utan istället är jag intresserad av generella attityder gentemot detta (en mer utförligt beskrivning av detta finner du i *metodavsnittet*). Förenklat

kommer det alltså inte finnas något krav på att respondenterna ska vara medlemmar eller aktivt använda sociala medier. Därför kommer sociala medier i denna studie definieras som en informell arena online som bygger på sociala praktiker (publiceringar) producerade av dess användare som upprätthåller och normaliserar konstruktionens villkor och regler, vilket sker både online och offline. Det vill säga handlingar på (online) och talet om (offline), vilket gör att jag genom perspektivet kan synliggöra generationers attityder gentemot sociala praktiker på sociala medier, oavsett om personen i fråga är användare eller inte av sociala medier.

3.2. Attityd

För att kunna jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier behöver vi förstå hur ett attityd är uppbyggd och hur den fungerar. Utifrån ett socialpsykologiskt perspektiv brukar attitydbegreppet förklaras vara uppbyggt av tre komponenter som tillsammans utgör en individs attityd (Angelöw & Jonsson 2000). De tre byggstenarna är en kunskapskomponent, en känslokomponent och en handlingskomponent. För att förtydliga exemplifierar vi med en påhittad attityd som en pappa har: *”tonåringar delar med sig av alldeles för privat information på Instagram”*. Värderingen bygger härigenom på att pappan har föreställningar och idéer kring hur yngre beter sig på sociala medier vilket eventuellt kan få honom att känna sig uppgiven eller irriterad vilket då utgör attitydens känslokomponent. Tanken och känslorna kommer sedan eventuellt avgöra pappans handlingar och tillvägagångsätt gällande detta. Till exempel genom att hålla föredrag för sin tonårsson. Utifrån ett social konstruktionistiskt perspektiv kan det härigenom tolkas som att pappan alltså försöker förändra sonens förgivenetagna kunskap, genom att dela med sig av sin verklighetsuppfattning och kunskap om fenomenet.

Om pappan vid föredraget upplevs vara trovärdig och övertygande som en typ av social medie-expert samt att sonen har förtroende för sin pappa kan detta leda till att tonåringens attityd faktiskt förändras. Forskning visar att sändarens (pappan, i vårt exempel) roll i relation till mottagaren (sonen, i vårt exempel), budskapet och det sociala sammanhanget, spelar en stor roll vid attitydförändring (Angelöw & Jonsson 2000). Om budskapet som förs fram anses av mottagen vara till sändarens fördel riskerar sändaren att misslyckas med att övertyga. Om pappan istället talar till sin tonåring som att han menar väl och budskapet sägs på ett sätt som för sonen upplevs genuint ökar chansen till en attitydförändring.

När tonåringen får informationen av sin pappa kan det sägas att han hamnar i en kognitiv dissonans, det vill säga att han publicerar privat information på internet vilket står i konflikt till pappans budskap kring vilka konsekvenser beteendet kan leda till. Om sonen ändrar attityd efter att pappan förmedlat budskapet kan det hända att sonens attitydkomponenter inte överensstämmer vilket benämns för kognitiv dissonans (Angelöw & Jonsson 2000). Detta försöker individen på olika sätt att reducera, antingen genom att sluta med sitt beteende, ifrågasätta informationens trovärdighet eller genom att rättfärdiga beteendet genom jämförelse med omvärlden. Individen internaliserar normer, värderingar och attityder av så kallade socialisationsagenter och i en tid som tonåring kan ha den tidigare socialisationsagenten familjen, komma att ersättas av kompisgruppen (Angelöw & Jonsson 2000). Pappans budskap kan således tolkas som mindre relevant eller viktigt för sonen då kompisarna eventuellt utgör referensgruppen kring hur man bör eller inte bör bete sig på sociala medier.

Även om attitydbegreppet är uppbyggt och består av dessa tre komponenter kan denna förklaring enligt mig upplevas aningen förenklad. Detta eftersom att vi människor ibland upplever och känner en sak, men utifrån samhälleliga normer och värderingar agerar annorlunda. Ungefär som om vi tror vi vet något men egentligen är det en känsla som vi upplever. Det är med andra ord inte alltid helt solklart att veta exakt *vad* som ligger bakom en handling eller ett yttrande. Om vi ser till det ovanstående exemplet igen och tänker att pappan egentligen inte har något större bekymmer med vad sonen delar med sig av på sociala medier, men utifrån rollen som förälder kan han eventuellt uppleva samhälleliga förväntningar kring agerande av föräldraansvar. Det kan därför upplevas som oklart om attityden grundas på kunskaps- eller känslokomponenten och om detta står i direkt relation till sociala medier eller om det är en känsla av föräldraansvar. Enligt mig kan det säkerligen grundas i båda delar, därför kommer vi återkomma till denna problematisering i *analysdelen*.

3.3 Slutsats av den teoretiska referensramen

Alltså, publicering och aktivitet på sociala medier kommer i denna uppsats ses som *sociala praktiker* som alltså bidrar till den sociala konstruktionen av sociala medier, det vill säga hur man bör och inte bör bete sig online. Men även talet om sociala medier kommer ses som en social praktik eftersom detta kan tänkas vara ett uttryck av individens attityd gentemot sociala medier. Således kommer social konstruktionismen och attitydbegreppet förhoppningsvis hjälpa

oss att skildra och förstå attityder gentemot sociala praktiker på sociala medier och därmed uppnå studiens syfte.

4. Metod och material

I detta kapitel presenteras studiens tillvägagångsätt. Inledningsvis motiveras valet av metod och vidare kommer arbetets olika etapper att beskrivas och avslutningsvis förs en diskussion gällande studiens reliabilitet och validitet.

4.1 Val av metod

Trost (2012) menar att val av metod ska utgå från studiens syfte. Syftet med denna studie är att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier. Eftersom sociala medier är ett välkänt fenomen valdes en kvantitativ metod för att med ett större omfång kunna jämföra de två generationernas syn på publicering. En kvalitativ studie hade eventuellt istället bidragit till en fördjupad kunskap kring hur de två generationerna egentligen upplever sociala medier, men på grund av studiens syfte valdes en kvantitativ för att få med så många respondenter i olika ådrar som möjligt och på så sätt få en bredare bild och kartläggning kring fenomenen.

4.2 Urval

Populationen som studien är tänkt att undersöka är individer som är 18 år eller äldre. Åldersgränsen på 18 år valdes på grund av etiska riktlinjer då man vid denna ålder är myndig och därför själv kan besluta om deltagande utan godkännande från målsman. Eftersom jag i studien var intresserad av att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier, och inte själva användning av eller beteenden på sociala medier ingår även individer som inte är medlemmar på sociala medier i studien. Således är populationen för studien individer som är 18 år eller äldre och som förstår svenska, eftersom enkäten enbart publicerats på detta språk och på internet.

Eftersom det inte fanns möjlighet att undersöka hela populationen representeras ett urval på 105 stycken. På grund av den tidsram som fanns gjordes ett strategiskt urval som är ett icke-slumpmässigt urval. Ett strategiskt urval innebär enligt Trost (2012) att det finns en strategi med vilka respondenter som tillfrågas för att få en variation, vilket jag hade på grund av studiens syfte då detta var att fånga in skilda ådrar. Dock är ett slumpmässigt urval att fördra då alla i populationen har lika stor chans att representera urvalet (Trost 2012). För att kunna genomföra ett sådant skulle jag behövt tillgång till ett register över hela populationen vilket inte finns och dessutom hade det varit för tidskrävande. I studien efterfrågades även respondentens kön för att

finna eventuella attitydskillnader, därför fanns även en strategi gällande att försöka fördela denna variabel ungefärlig, dock prioriterades åldersfördelningen mer. Enkäten publicerades i enkätprogrammet Survey&Report på internet för att på enklare sätt nå ut till så skilda åldrar som möjligt. Eftersom åldersskillnaderna var relativt stora förenklade detta insamlingen än att annars behöva posta ut fysiska enkäter alternativt besöka arbetsplatser, träningsanläggningar eller äldreboenden.

4.3 Enkätkonstruktion

Enkäten konstruerades som ovan nämnt med verktyget Survey&Report. På enkätens förstasida presenterades ett missivbrev innehållande syfte, varför respondenten blivit tillfrågad samt information kring frivilligt deltagande och konfidentiell behandling av uppgifter (se bilaga 1). Det lades även in information om en åldersgräns på 18 år eftersom frågan om respondentens ålder i enkäten var öppen, det vill säga att respondenten själv fick skriva i sin ålder. Information om Karlstads universitet som personuppgiftsansvariga samt mailadress till Karlstads universitets dataskyddsombud och en länk till hur Karlstads universitet behandlar personuppgifter med hänvisning till GDPR-lagen. Mailadress till både mig och min handledare fanns även med ifall eventuella frågor skulle uppkomma. Vidare kunde respondenten kryssa i att hen samtycker och på så sätt komma vidare till enkäten alternativt att hen nekar samtycke och då inte deltar i studien. För att kunna jämföra de två generationerna kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier var enkäten uppbyggd av tre bakgrundsfrågor, sexton påståenden och sex fabricerade inlägg (se bilaga 2).

4.3.1 Bakgrundsfrågor

De tre bakgrundsfrågorna gällde respondentens ålder, kön och vilket/vilka sociala medier som hen besökt senaste veckan. Svarsalternativet på ålder var som ovannämnt öppet, det vill säga att respondenten fick själv skriva sin ålder på en rad. Svarsalternativen gällande kön hämtades från RFSL (2016) riktlinjer gällande enkätkonstruktioner, detta för att inte exkludera någon och svarsalternativen löd: kvinna, man, annat alternativ, osäker eller vill inte svara. Gällande sociala medier kunde respondenten kryssa i flera svarsalternativ och dessa var: Facebook, Instagram, Snapchat, Flashback, Pinterest, Twitter, LinkedIn, Reddit och/eller ingen. Det fanns även ett tionde alternativ som löd ”om annan/andra, specificera gärna”, där respondenten själv kunde skriva. Urvalet av sociala medierna gjordes med bakgrund mot Internetstiftelsens årliga undersökningar då de i den senaste undersökningen mätte användning av just dessa (Davidsson et al 2018).

4.3.2 Påståenden och fabricerade inlägg

Påståendefrågorna var uppdelade i två stycken teman: information och kritik. Första temat, information, var avsett att ge svar på studiens första frågeställning, nämligen *de två generationernas syn på publicering av relationell kontra individuell information på sociala medier*. Andra temat, kritik, var således avsett att ge svar på studiens andra frågeställning, det vill säga att synliggöra *de två generationernas syn på publicering av kritik*. För en ytterligare fördjupning av studiens andra frågeställning skapades även fabricerade inlägg för att kunna synliggöra ifall attityden gentemot publicering av kritik var beroende av person eller kontext.

Informationspåståendena var avsedda att mäta i vilken grad respondenten tyckte att publicering av information var acceptabelt. Dessa omfattades av totalt 10 stycken påståendefrågor. Publicering av information utgjordes vidare av två stycken kategorier. Den ena kategorin omfattades av fem stycken påståenden kring publicering av information med en relationell karaktär, det vill säga som handlade om andra. Den andra kategorin omfattades av fem stycken påståenden kring publicering med en individuell karaktär, det vill säga information som handlar om en själv.

Kritikpåståendena som var avsedda att mäta i vilken grad respondenten tyckte publicering av kritik på sociala medier var acceptabelt omfattades av sju stycken påståenden och sex stycken fabricerade inlägg. Även detta tema delades upp i två stycken kategorier. Den första kategorin omfattades av de sju påståendena som handlade om kritik gentemot ämnena, där sju olika ämnen skildrades. Andra kategorin handlade om kritik gentemot person där sex stycken fabricerade inlägg och kommentarer skildrades. De fabricerade kommentarerna var avsedda att mäta i vilken grad respondenten ansåg kommentarerna till inlägg på sociala medier som acceptabla att publicera i någon annans kommentarsfält. Först presenterades information om ett fabricerat inlägg för att ge respondenten en situation, och på så sätt enklare att skapa sig en uppfattning för att kunna bedöma en fabricerad kommentar till inlägget. Inläggen innehöll information om vem (kändis, bekant eller organisation) och om en åsikt var efterfrågad.

Svarsalternativen till samtliga påstående och de fabricerade kommentarerna är hämtade från Bengtsson och Johanssons (2015) studie som tidigare i uppsatsen skildrats (se avsnitt om *tidigare forskning*). Svarsalternativen löd "helt acceptabelt", "delvis acceptabelt", "delvis oacceptabelt", "helt oacceptabelt". Jag valde att även lägga till alternativet "ingen åsikt",

eftersom jag tänkte att detta svarsalternativ kan tänkas säga något om respondentens attityd gentemot publicering på sociala medier. Att använda många likadana svarsalternativ varnar Trost (2012) för, då detta kan trötta ut respondenten och därför valde jag att dela upp påståendena i två olika huvudfrågor. Utifrån pilotstudien var feedbacken positiv gällande likadana svarsalternativ, då detta ansågs vara smidigt och lättförståeligt.

4.3.3 Öppna frågor

I enkäten ställdes en obligatorisk öppen fråga där respondenten själv fick skriva vad som ansågs vara olämpligt att dela med sig av på sociala medier. Denna fråga ingår därför i temat information och ställdes på grund av att påståendena kring detta naturligtvis inte fyllde ut hela publiceringsmöjligheterna på sociala medier. Enkäten avslutade med en öppen fråga som inte var obligatorisk där respondenten kunde tillägga något om detta önskades.

4.4 Datainsamling

Innan dess att enkäten skickade ut gjordes en pilotstudie där fyra stycken (två ifrån varje generationsindelning) fick test-besvara enkäten. Detta för att tydliggöra så att alla frågor och svarsalternativ var begripliga att förstå och besvara.

Enkäten publicerade sedan på internet med verktyget Survey&Report. En länk till enkäten mailades till åtta stycken respondenter där fyra stycken representerade digitala infödingar och fyra stycken representerade digitala immigranter. Respondenter skickade i sin tur vidare enkäten till respektive generationsgrupp. Enkäten publicerades 29 april och stängdes 3 maj då totalt 105 stycken respondenter besvarat enkäten. Under den tid enkäten var öppen höll jag succesivt koll på respondenternas ålder för att se till att de var någorlunda jämfördelat i de två generationsgrupperna.

4.5 Bortfall

På grund av hur enkäten skickades ut saknas kunskap om hur stort de externa bortfallen är. Det vill säga hur många som fått enkäten skickade till sig, men inte valt att besvara den. I Survey&Report syns istället det interna bortfallet som innebär att enkäten har öppnats upp men inte slutförts. Detta kan bland annat bero på att de tillfrågade av nyfikenhet kollar igenom frågorna men av tidsbrist eller annat inte besvarar enkäten just då. Om respondenten senare gått in på enkäten igen och tänkt slutföra den går inte detta utan då öppnas en ny enkät eftersom enkäten inte gick att spara. Totalt sett ligger det interna bortfallet på 31 stycken, vilket kan

tolkas som relativt högt. Vad jag dock ser som positivt med det interna bortfallet är att den största delen av dem (23 stycken) inträffat under det första dygnet när enkäten skickades ut. Vilken kan tolkas som att respondenter av nyfikenhet öppnat enkäten direkt när de fått den skickade till sig men eventuellt valt att slutföra den senare. Detta tror jag kan vara en förklaring bakom det interna bortfallet, på grund av att jag aldrig behövde skicka ut någon påminnelse till respondenterna att besvara enkäten, utan datainsamlingen flöt på ändå. Eventuellt kunde jag minskat de interna bortfallen genom att förtydliga studiens och enkätens innehåll och uppbyggnad i det missivbrev som skickades ut.

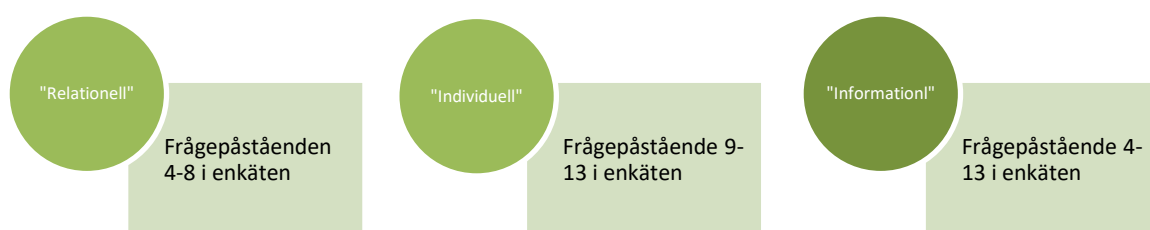
Utöver detta var det två ogiltiga svar på den öppna obligatoriska frågan (*"Vad anser du vara olämpligt att dela med sig av på sociala medier?"*) då respondenternas svar enbart bestod av punkter. Detta kan antingen bero på att respondenterna redan tyckt att innehåll som för dem är olämpligt redan bockats av bland de ämnen som fanns bland påståendena, alternativt att de tyckt att det inte finns något olämpligt innehåll för sociala medier. Mest troligtvis är att de inte haft tid eller lust att besvara frågan med ett utförligare svar, då Trost (2012) menar att öppna frågor kan komplicera besvarandet av enkäter då eventuella respondenter kan vara osäkra på vad de anser eller tycker och därmed låta bli att svara, alternativt välja att inte besvara den på grund av att frågan inte upplevs som särskilt intressant.

4.7 Analysmetod

Genom enkätverktyget Survey&Report går det att transportera in den data som samlats in till det statistiska analysprogrammet SPSS. I SPSS togs först enklare deskriptiv statistik fram för att på ett överskådligt sätt få en förståelse av studiens beroende och oberoende variabler. Vidare tillämpades splitfile utifrån studiens bakgrundsvariabler: generationsgrupp, kön och olika sociala medier för att se eventuella skillnader/likheter mellan dessa i relation till studiens beroende variabler, det vill säga respondenternas attityder. Eftersom data befann sig på nominal och ordinalskala användes icke-parametriska tester för hypotesprövning, det vill säga för att se ifall eventuella skillnader och samband var statistiskt säkerställda och således inte uppkommit av en slump. För att undersöka och statistiskt kunna säkerhetsställa de samband och skillnader som funnits gjordes chi²-test för variabler som var på nominaldata samt Mann-Whitney U test för variabler som var på högre skalnivå som ställdes i relation till varandra samt bakgrundsvariablerna.

Eftersom enkäten innehöll relativt många frågor som gemensamt skulle undersöka respondenternas attityd skapades nya index av sammanslagna variabler för att få en större helhetsförståelse och en mer omfattande variabel. Eftersom svarsalternativ var exakt samma på alla frågor i enkäten, där ett högre värde indikerade på en större grad av acceptans gentemot de påstående som ställts, kommer indexen användas som en typ av sammanfattning av respondenternas attityd. Således behövs inte varenda enskild variabel analyseras utan variabler som mätt olika typer av publiceringar slogs samman och utgjorde då ett index. Totalt skapades sex stycken index.

Ett index var ”*Relationell information*”, som omfattade variabler som handlade om publicering av relationell information (frågepåstående 4-8 i enkäten) . Det andra indexet var ”*Individuell information*” (frågepåstående 9-13 i enkäten) som omfattade variabler som handlade om publicering av individuell information. För att få en ytterligare helhetsförståelse kring respondenternas attityd gentemot publicering av både relationell och individuell information skapades indexet ”*Information*” (frågepåståenden 4-13 i enkäten). Notera att ”*Information*”-indexet omfattar samtliga variabler (10 stycken) som handlar om publicering av information och är inte en hopslagning av de andra två indexen. För att tydliggöra visas indexen i figuren (figur 2) nedan.



Figur 2, fördelning av frågepåståenden som handlar om publicering av information, i varje index.

Samma princip gjordes även gällande variabler som handlade om att kritisera. Således skapades ett ”*Ämne*”- index som omfattade variabler som handlade om att kritisera olika ämnen (frågepåstående 14-20 i enkäten). Ett ”*Person*”- index skapades för att omfatta de variabler som handlade om direkta personangrepp (fabricerade kommentar 22-27 i enkäten). För att erhålla en ännu större helhetsbild av respondenternas attityd gentemot att publicera kritik på sociala medier skapades även här ett index som omfattade samtliga variabler som mätte detta; ”*Kritisera*”- index. För att tydliggöra visas indexen i figuren (figur 3) nedan.



Figur 3, fördelning av frågepåståenden som handlar om publicering av kritik, i varje index.

Eftersom indexen skapades för att få fram en mer omfattande och lätthanterligare variabel gjordes en reliabilitetsanalys, Cronbach's alpha, för att säkerställa att samtliga variabler hängde samman och mätte det som var avsett att mäta. Indexets homogenitet kan variera mellan 0, som visar att frågorna inte verkar mäta samma fenomen, till 1, som tyder på det motsatta, det vill säga en perfekt homogenitet (Borg & Westerlund 2012). Samtliga index låg över 0,8 vilket alltså är bra och indikerar på att frågorna verkar mäta samma sak.

4.8 Validitet och reliabilitet.

I kvantitativa studier är det viktigt att beakta validitet och reliabilitet. Med reliabilitet menas hur pass tillförlitlig mätningen är och med validitet menas mätningens relevans. För att få en så tillförlitlig och relevant studie som möjligt gjordes åtgärder kring detta som här kommer att presenteras.

Som beskrevs ovan bygger analysen främst på sex stycken index. När index skapas minskar risken för felmätningar och misstolkningar på enskilda frågor som kan komma att påverka undersökningens resultat (Borg och Westerlund 2012). Således ökar chansen att verkligen mäta det som var avsett att mäta. Eftersom påståendena var avsedda att mäta i vilken grad respondenterna ansåg olika typer av publiceringar som acceptabla kunde jag genom påståenden ställa olika beroende faktorer som kunde tänkas ha betydelse mot varandra som t.ex. olika åsikter eller olika personer. Vad som dock kan tänkas sänka studiens reliabilitet är frågor som berör "kändis" och "bekant". I enkäten stjärnmarkerades (*) därför dessa ord och överst på sidan stod kortfattade förklaringar. Detta eftersom både kändis och bekant kan tolkas relativt olika utifrån person. Påståendena som handlade om kritik mot ämne formulerades till "Att kritiskt ifrågasätta [...]" vilket till stor del bygger på vad respondenter tycker att kritiskt ifrågasätta innebär. Även svarsalternativen då dessa bygger på respondenternas egna

uppfattningar där innebörden av t.ex. ”Delvis acceptabelt” också till stor del beror på respondentens referensramar.

Eftersom ”informations”-indexet var avsett att mäta respondentens attityd gentemot publicering av relationell och individuell information finns därmed skillnader inom indexet. Därför gjordes just ett ”relationellt”- och ett ”individuellt”-index för att säkerställa att indexen verkligen mätte det som var avsett. Samma sak gäller med ”kritik”- indexet där de kategoriserades in i ”person” och ”ämne” ifall respondenterna skulle ha skilda meningar gällande person och ämne.

Som ovan nämnt gjordes även en pilotstudie för att öka studiens validitet och reliabilitet. Detta gjordes för att se till så att respondenterna förstod och kunde ta ställning till enkätens påståenden och frågor på de sätt som var tänkt. Det vill säga så att jag senare kunde förlita mig på att enkäten mätte det som var avsett att mäta, det vill säga att respondenterna uppfattade frågorna på det sätt som var tänkt.

4.6 Etiska överväganden och GDPR

Dataskyddsförordningen (GDPR) som trädde i kraft 25 maj 2018 innebär i korthet en skärpning av insamling, bearbetning och behandling av personuppgifter (Karlstads universitet 2019). Personuppgifter räknas till de uppgifter som går att koppla till en fysisk person. Inför studien utvärderades därför vilka personuppgifter som var nödvändiga att samla in och behandlas. Eftersom studien skulle komma att jämföra attityder utifrån generation var ålder en personuppgift som värderades nödvändig och även kön då jag även önskade se ifall denna bakgrundsvariabel kunde spela roll för attityden gentemot publicering på sociala medier. Åldersgräns på 18 år valdes då respondenten vid denna ålder är myndig och behöver ej godkännande av målsman för att besvara enkäten. Informationen bestämdes att förvaras i Sunet Survey, som är en tjänst som Karlstads universitet tillhandahåller och lagras där till dess att uppsatsen blivit godkänd och i samband med detta raderas. Vidare säkerhetsställdes att inga känsliga personuppgifter samlades in, det vill säga sådana som sexuell läggning, etniskt ursprung eller kränkning. Ett formulär för registrering av personuppgifterna fylldes i av handledare i enlighet med mig. Detta för att uppsatsen skulle behandlas i universitetets register.

Vidare skrevs informationsbrev (missivbrev), vilket ovan beskrivits innehållande information kring min studie, varför respondenten önskas besvara enkäten, information gällande

konfidentialitet, anonymitet, åldersgräns samt kontaktuppgifter till mig vid eventuella frågor. Även samtyckesblanketten skrevs där informationen gällande behandling av respondentuppgifter främst framfördes, att deltagandet är frivilligt och anonymt samt att informationen enbart kommer användas till forskningsändamål.

5. Resultat och analys

Detta avsnitt innehåller utförliga beskrivningar av studiens resultat gällande vad de två generationerna anser vara acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier. Avsnittet är uppdelat i två delar och i den första delen presenteras studiens resultat för att vidare sammanfattas och analyseras i avsnittets andra del, analys.

5.1 Resultat

Som ovan nämnt kommer denna del av avsnittet presentera studiens resultat. Först och främst kommer deskriptiv statistik utifrån de tre bakgrundsvariablerna skildras för att vidare presentera studiens resultat utifrån studiens två frågeställningar. För att underlätta för dig som läsare kommer avslutningsvis de centrala resultaten att skildras.

5.1.1 Bakgrundsvariabler

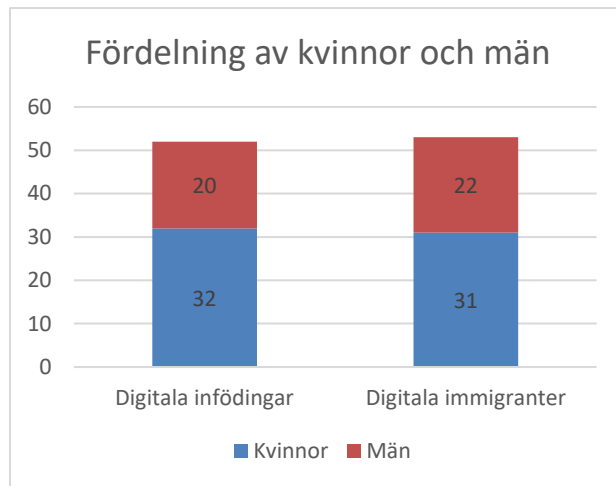
Studiens bakgrundsvariabler är ålder, kön och antal besökta sociala medier senaste veckan. Detta är på grund av att samtliga kan tänkas ha en betydelse för individens attityd gentemot sociala praktiker på sociala medier.

5.1.1.1 Ålder

Av de 105 stycken som besvarat enkäten är den yngsta respondenten 19 år och den äldsta 78 år och medelåldern är 43 år. Som beskrivits tidigare i uppsatsen delades respondenter in i två generationskategorier baserade på vilken ålder de var i när internet slog igenom; digitala infödingar och digitala immigranter. Respondenter mellan 19-44 år (födda år 1975 eller senare) är 52 stycken och utgör gruppen digitala infödingar. I denna grupp är medelåldern 28 år. Respondenter som är 45 år eller äldre (födda innan år 1975) utgör den andra gruppen, digitala immigranter och är totalt 53 stycken respondenter med en medelålder på 57 år.

5.1.1.2 Kön

Enkäten besvarades av totalt 60% kvinnor och 40% män. Ingen valde något av de andra svarsalternativen och därför kommer resultatet enbart utgå från kvinnor och män. Gruppen digitala infödingar utgörs av 61% kvinnor och 39% män och i gruppen digitala immigranter är fördelningen 58% kvinnor och 41% män. Det vill säga att det är relativt jämnt fördelat av kvinnor och män i grupperna, som syns nedan i diagrammet (figur 4). Diagrammet visar frekvenser, det vill säga antal respondenter.



Figur 4, Diagrammet visar fördelning av kvinnor och män i respektive generationskategori. Fördelningen visar frekvenser.

Kön som bakgrundvariabel visade ett samband och det var gällande att publicera kritik på sociala medier där män hade en högre acceptans gällande detta, vilket kommer redovisas här nedan. Eftersom det inte fanns några andra märkvärdiga skillnader mellan män och kvinnor kommer denna bakgrundvariabeln i redovisningen av resterande index inte att nämnas.

5.1.1.3 Sociala medier

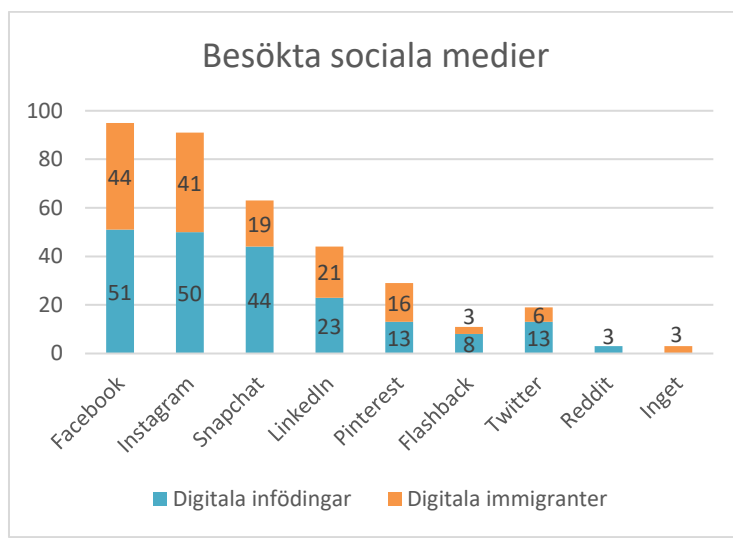
Enligt Internetstiftelsen (Davidsson et.al. 2018) var det populäraste sociala mediet Facebook följt av Instagram, vilket också stämmer överens med denna studiens resultat. Internetstiftelsens undersökning visade även att yngre är de flitigaste användarna av sociala medier, jämfört med äldre, vilket även de överensstämmer med denna studie. I studien finns ett samband mellan generationsgrupperna och antal besökta sociala medier senaste veckan där de digitala infödingar har besökt fler sociala medier senaste veckan än vad de digitala immigranterna gjort ($p < 0,001$)². Detta kan tänkas förklaras med hjälp av Perskys (2001) tes gällande att de digitala infödingar normaliserat den digitala värden som en del av sin vardag i högre grad än de digitala invandrarna.

Totalt antal sociala medier respondenter kunde kryssa i som besökta senaste veckan var sju stycken: Facebook, Instagram, Snapchat, LinkedIn, Pinterest, Flashback och Reddit (se *metodavsnitt* för utförligare beskrivning). Totalt var det enbart två stycken som inte besökt något socialt media senaste veckan, vilket gör att en analys kring jämförelser av attityder i relation till användare kontra icke-användare inte kommer att göras.

² Gjort med hjälp av Mann-Whitney test.

Det mest populära sociala mediet som besökts är som ovannämnt Facebook (totalt 91%) följt av Instagram (totalt 87%). På tredje plats bland de digitala infödingarna är Snapchat (85%) och bland de digitala immigranterna är LinkedIn (40%). Det finns inget samband mellan respondenternas attityd gentemot publicering på sociala medier och vilka sociala medier de besökt, därför kommer detta inte tas upp i vidare resultat eller analys.

Besök på övriga sociala medier utifrån de två grupperna presenteras i diagrammet (figur 5) här nedan där det dessutom förtydligas att de digitala infödingarna är flitigare besökare på sociala medier. Notera att frekvenser, det vill säga antal respondenter presenteras och inte procentuellt. Respondenten kunde ytterligare skriva in annan besökt sociala medie-plattform där en skrev Youtube och en annan Whatsup. Dessa kommer inte presenteras eftersom de förmodligen inte skulle göra någon rättvisa då det eventuellt är fler än bara en som besökt vardera.

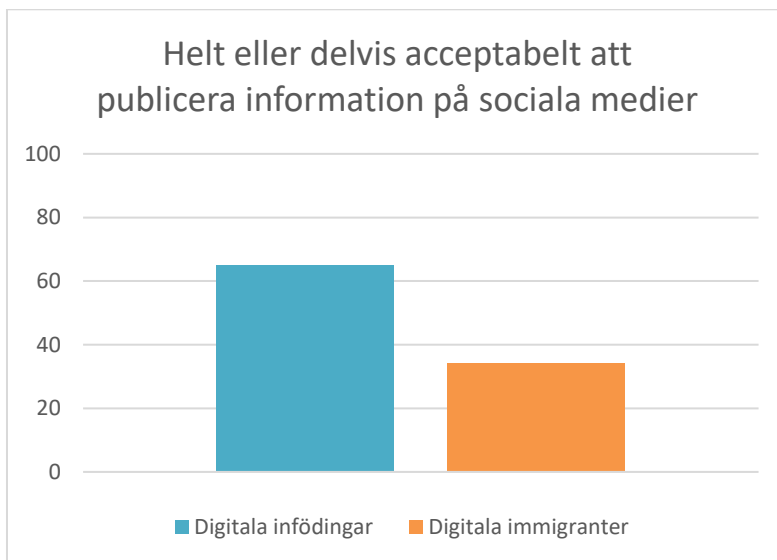


Figur 5, Diagrammet visar fördelning av antal besökta medier utifrån generationskategori. Fördelningen visar i frekvenser.

5.1.2 De två generationers syn på publicering av relationell kontra individuell information på sociala medier

49,5 % av respondenterna ställde sig positivt (delvis eller helt acceptabelt) till att på sociala medier dela med sig av information generellt. Således råder det relativt skilda meningar gällande vilken grad av öppenhet man bör ha online, då resterande 50,5% menar att publicering av information generellt ser detta som något helt eller delvis oacceptabelt, alternativt inte har någon åsikt gällande saken.

Den generella spridningen kan förstås genom att se till generationsgrupperna, där ca 65% av de digitala infödingarna ställer sig helt eller delvis accepterande gentemot publicering av information på sociala medier medan enbart 34 % av de digitala immigranterna anser samma sak (figur 6). Det vill säga att den yngre generationsgruppen har en större acceptans gentemot publicering än vad den äldre generationsgruppen har ($p < 0,001$)³.



Figur 6, Diagrammet visar procentuella fördelningen som menade att publicering av information på sociala medier är helt eller delvis acceptabelt utifrån generationskategorierna.

I enkäten efterfrågades respondenternas attityd gentemot både publiceringar som handlade om andra (index ”relationell”, se *metodavsnitt*) samt sådana som handlade om en själv (index ”individuell”, se *metodavsnitt*). Gällande relationella publiceringar menade 39% av respondenterna att detta var delvis eller helt acceptabelt. Det vill säga att majoriteten (61%) av respondenterna ställde sig relativt kritiskt alternativt inte hade någon åsikt gällande denna typ av publicering. Desto mer positiva ansåg respondenterna att individuell publicering var då 71,5% av respondenterna ansåg att sådan typ av publicering är helt eller delvis acceptabel. Detta tydliggörs även av den öppna frågan där respondenterna själva fick skriva vad som ansågs olämpligt att publicera på sociala medier. Majoriteten av svaren gällde någon typ av relationell information.

” [...]Tycker inte heller det lämpligt att publicera bilder/videor på någon annan än dig som inte har godkänt det.” – Digital inföding

³ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

”[...] bilder på barn eller andra som inte valt att vara med i sociala sammanhang.” – Digital immigrant

Det fanns således en större acceptans gentemot publicering av individuell information jämfört med relationell sådan ($p=0,54$)⁴.

Om vi ser till publicering av relationell information utifrån vår huvudsakliga bakgrundsvariabel så tyckte 22,8% av de digitala infödingarna att detta var helt eller delvis oacceptabelt medan 55,7% av de digitala immigranterna tyckte detsamma ($p<0,001$)⁵. Gruppen digitala infödingar har alltså en högre grad av acceptans gentemot publicering som handlar om andra vilket tydliggörs i tabellen (tabell 1) nedan. Tabellen visar totala antal i vardera grupp som menar att den relationella publiceringen är helt eller delvis oacceptabel.

Tabell 1, Tabellen visar procentuellt de som tycker att publicering av relationell information är helt eller delvis oacceptabelt, utifrån generationsgrupperna.

Helt eller delvis oacceptabelt	Kändis	Bekant	Våld i relation	Usel chef	Släktragedier
Digitala infödingar	51,9%	57,7%	34,6%	80,7%	38,4%
Digitala immigranter	60,3%	83%	67,9%	90,5%	77,4%

Båda grupperna är överens om vad som anses vara mest oacceptabelt att publicera, det vill säga information om *sin usla chef* följt av *ärliga åsikter om bekant*. Största skillnaderna är gällande *släktragedier* där faktiskt 59,6% (1,9 % hade ingen åsikt) av de digitala infödingarna menade att detta var helt eller delvis *acceptabelt*. Medan enbart 20,8% (1,9% hade ingen åsikt) av de digitala immigranterna ansåg detta som helt eller delvis *acceptabelt*. Generellt syns det som sagt genom diagrammet att de digitala infödingarna har ett mindre kritiskt öga än vad de digitala immigranterna har gentemot publicering av relationell information.

⁴ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

⁵ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

Gällande publicering av individuell information har digitala infödingar även här en högre grad av acceptans i jämförelse med de digitala immigranterna. 88,4% av de *digitala infödingarna* och 54,7% av de *digitala immigranterna* svarade att det är helt eller delvis acceptabelt att publicera information om sig själv på sociala medier ($p=0,003$)⁶, det vill säga att en digital inföding erhåller en högre grad av acceptans än en digital immigrant gentemot publicering av individuell information. Detta tydliggörs i diagrammet nedan, notera att detta diagram innehåller procentuellt vad generationsgrupperna anser är helt och delvis acceptabelt, detta görs på grund av att majoriteten av samtliga variabler anses vara acceptabla. De rader som innehåller parenteser av siffror visar hur många procent som inte haft en åsikt, visas inget betyder det att ingen erhållit detta svarsalternativ.

Tabell 2, Tabellen visar procentuellt de som tycker att publicering av individuell information är helt eller delvis acceptabelt, utifrån generationsgrupperna.

Helt/delvis acceptabelt	Missbruk	Ekonomiska skulder	Politiskt parti	Psykiskt ohälsa
Digitala Infödingar	100%	80,7% (1,9)	96,2% (1,9)	94,2%
Digitala Immigranter	64,2% (7,5)	43,4% (7,5)	77,4% (1,9)	73,6% (3,8)

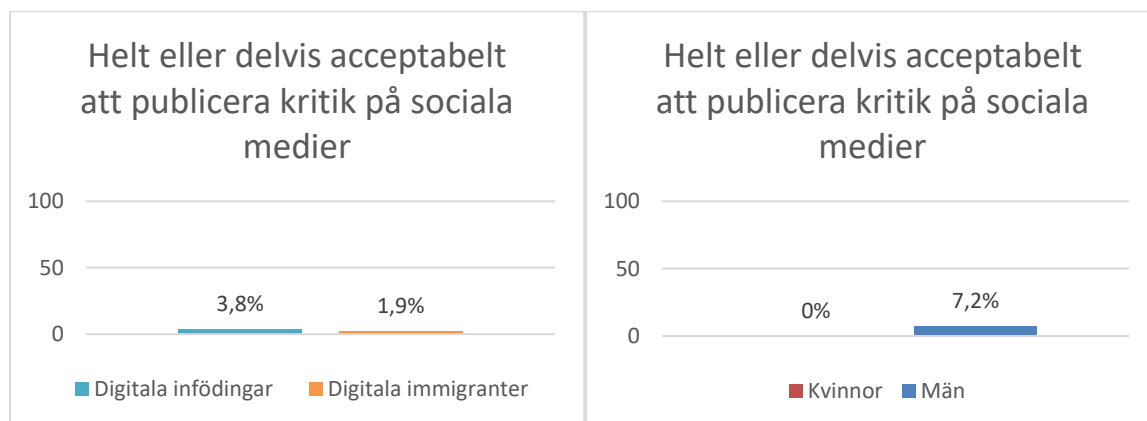
Utifrån tabellen (tabell 2) ovan kan vi se att samtliga av de digitala infödingarna var överens kring att det är acceptabelt att publicera information om sitt egna missbruk på sociala medier, varav 51,9% faktiskt menade att detta var helt acceptabelt. Störst attitydskillnad mellan de två generationsgrupperna är angående publicitet av ekonomiska skulder där majoriteten av digitala immigranter menade att detta var acceptabelt. Gällande detta var det väldigt delade attityder bland de digitala immigranterna där 26,4% menade att det var helt acceptabelt, 17% menade att det var delvis acceptabelt, 18,9% menade att det var delvis oacceptabelt och 30,2% menade helt oacceptabelt. Således råder det mer interna skillnader inom de digitala immigranterna vilket kommer tas upp som en reflektion i studiens diskussionsdel senare.

⁶ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

5.1.3 De två generationers syn på publicering av *kritik* på sociala medier

”Kritik”-index skapades som sagt för att få en mer omfattande variabel som var avsett att mäta respondenternas attityd gentemot publicering av kritik på sociala medier. Variabeln omfattade således 13 stycken frågor som handlade om just detta (se *metodavsnitt*). 97,1% av samtliga respondenter menade att sådan information var helt eller delvis oacceptabelt alternativt inte haft någon åsikt gällande detta. Det råder alltså en större acceptans bland de båda generationsgrupperna till att publicera information än kritik på sociala medier ($p=0,005$)⁷.

Även om de digitala infödingarna har en högre grad av acceptans, som procentuellt visas i diagrammet (figur 7) till vänster nedan, menade majoriteten inom båda generationsgrupperna att publicering av kritik är helt eller delvis oacceptabelt. Som visas är skillnaderna mellan digitala infödingar och digitala immigranter relativt små, dock finns ändå ett svagt samband ($p=0,009$)⁸. Det vill säga att det finns en skillnad (även om den är relativt liten) mellan generationsgrupperna där digitala infödingar till högre grad har en större acceptans gentemot publicering av kritik på sociala medier.



Figur 7, Diagrammet till vänster visar procentuella fördelningen som menar att det är helt eller delvis acceptabelt att publicera kritik på sociala medier, utifrån generationskategorier.

Figur 7, Diagrammet till höger visar procentuella fördelningen som menar att det är helt eller delvis acceptabelt att publicera kritik på sociala medier, utifrån kön.

Om vi istället ser till bakgrundvariabeln kön syns det i diagrammet till höger ovan (figur 9) en större skillnad även om majoriteten av kvinnor och män menar att det är helt eller delvis oacceptabelt att publicera kritik på sociala medier. Männerna har i jämförelse med kvinnorna en högre grad av acceptans gentemot att publicera kritik på sociala medier. Här visas ett något starkare samband ($p<0,001$)⁹.

⁷ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

⁸ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

⁹ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

Enkäten var avsedd att mäta dels respondenternas attityd till publicering av kritik gentemot ämne ("ämne"-index, se *metodavsnitt*) och person ("person"-index, se *metodavsnitt*). 92% av respondenterna hade en negativ attityd, alternativt inte hade någon åsikt gentemot att kritisera ämne och 97 % hade en negativ attityd alternativt ingen åsikt gentemot att kritisera person. Generationsgrupperna var överens kring att de var *mer* acceptabelt att kritisera ämne än person (även om majoriteten som sagt var negativa till publicering av kritik generellt) ($p < 0,001$)¹⁰.

Om vi ser till de digitala infödingarna och de digitala immigranterna har den förstnämnda generationsgruppen en högre grad av acceptans jämfört med den sistnämnda vilket framgår i tabellen nedan (tabell 3) ($p = 0,001$)¹¹. Notera att tabellen visar procentuell fördelning av hel eller delvis acceptans. Som syns i tabellen anser de båda generationerna att det minst acceptabla att kritisera är någons kroppsform och det som anses mest acceptabelt att kritisera är någons supportlag, där majoriteten inom både digitala infödingar och digitala immigranter menar att detta är helt eller delvis acceptabelt.

Tabell 3, Tabellen visar procentuellt de som tycker att det är helt eller delvis acceptabelt att publicera kritik gentemot ämne på sociala medier, utifrån generationsgrupperna.

Helt/delvis acceptabelt	Politiska åsikter	Supportlag	Klädstil	Kroppsform	Barnuppfostran	Klimatpåverkan	Olämpligt innehåll
Digitala infödingar	57,7%	67,3%(3,8)	23,1% (0)	11,5%	15,3%	51,9%	61,5% (7,7)
Digitala immigranter	43,4% (3,8)	50,9%(5,7)	17% (3,8)	5,7%	11,3% (7,5)	26,5% (3,8)	30,1% (11,3)

Som beskrev i metodavsnitt syftade enkätens fabricerade inlägg till att mäta respondenternas attityd gentemot publicering av kritik riktad till person och ifall vem och efterfrågad åsikt spelade någon roll för respondenternas attityd gentemot personangreppets acceptans. Varken bland totalen alternativt generationsgrupperna går det att utläsa om detta var avgörande då de inte följer något klart mönster. I tabellerna nedan visar den övre (tabell 4) generationsgruppernas attityder ifall åsikten inte är efterfrågad och i den undre (tabell 5) ifall

¹⁰ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

¹¹ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test.

åsikten är efterfrågad. Notera att det är procentuella åsikter utifrån helt eller delvis acceptabelt som visas. Vad som blir intressant utifrån generationsgrupperna är att de digitala infödingarna för första gången har en lägre grad av acceptans jämfört med de digitala immigranterna ($p=0,789$)¹².

Tabell 4, Tabellen visar procentuellt de som tycker att de är helt eller delvis oacceptabelt att publicera kritik gentemot person/organisation på sociala medier, utifrån generationsgrupperna, när åsikten inte är efterfrågad.

Helt eller delvis oacceptabelt	Bekant	Kändis	Politiskt parti
Inföding	96,2%	96,2%	90,4 (3,8)%
immigrant	90,6%	90,5% (3,8)	90,6%

Tabell 5 Tabellen visar procentuellt de som tycker att det är helt eller delvis acceptabelt att publicera kritik gentemot person/organisation på sociala medier, utifrån generationsgrupperna, när åsikter är efterfrågad.

Helt eller delvis oacceptabelt	Bekant	Kändis	Tv-kanal
Digitala infödingar	75%	82,7%	92,3%
Digitala immigranter	71,7%	69,8% (1,9)	94,4%

Som syns i tabellerna ovan ansåg de digitala infödingarna att den mest oacceptabla publiceringen av kritik var till en bekant som inte efterfrågat någon åsikt, medan de digitala immigranterna ansåg att en kommentar till tv-kanalen som efterfrågat åsikt var den mest oacceptabla. Eftersom varianserna i svaren är så pass skilda är det svårt att utläsa om attityderna beror på vem som kritiseras eller om åsikt är efterfrågad, mest troligt är att samtliga respondenter bedömt de fabricerade inläggen oberoende av detta.

¹² Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

5.1.4 Centrala resultat

Eftersom studien syftat till att jämföra de två generationernas attityder gentemot sociala praktiker på sociala medier kommer de centrala resultatet tydliggöra likheter och olikheter grupperna emellan.

Likheter:

- Majoriteten av både de *digitala infödingarna* (96%) och *de digitala immigranterna* (98%) har en **negativ attityd** gentemot att publicera kritik på sociala medier.
- *Digitala infödingar* och *digitala immigranter* är överens och har en högre grad av acceptans gentemot att publicera information än kritik på sociala medier.

Olikheter:

- Majoriteten av de *digitala infödingarna* (65%) har en **positiv attityd** till att publicera information på sociala medier. Medan majoriteten av de *digitala immigranterna* (66%) har en **negativ alternativt ingen attityd** till att delge information på sociala medier.
- Digitala infödingar och digitala immigranter skiljer sig åt gällande hur pass acceptabelt publicering är då digitala infödingar erhåller en högre grad av acceptans gentemot sociala praktiker på sociala medier jämfört med digitala immigranter.

5.2 Analys

Som inledningsvis av detta avsnitt beskrevs kommer denna del att innehålla en sammanfattning av studiens resultat där de båda frågeställningarna kommer att besvaras och därmed även uppnå studiens syfte. Resultatet analyseras utifrån social konstruktionism, åldersstratifieringsteorin och attitydbegreppet (se avsnittet *teoretiskt referensram*), i hopp om att fördjupa studiens resultat ytterligare och dessutom sätta studiens resultat i en större kontext.

Så, för att besvara studiens första frågeställning, *finns det skillnader mellan generationerna i synen på publicering av relationell kontra individuell information på sociala medier?*

Sammanfattningsvis visar resultatet kring generationernas syn på publicering av information att majoriteten av de digitala infödingarna (65%) har en positiv attityd till detta medan majoriteten (66%) av de digitala immigranterna istället har en negativ attityd gentemot detta ($p < 0,001$)¹³, det vill säga att de digitala infödingarna har en större acceptans gentemot publicering av information på sociala medier än vad de digitala immigranterna har. De två

¹³ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

generationerna är överens kring att publicering av individuell information i högre grad är mer acceptabelt än relationell information.

Och för att besvara studiens andra frågeställning, finns det skillnader mellan generationerna i synen på publicering av kritik på sociala medier? Resultatet visar att de båda generationerna har en negativ syn på publicering av kritik på sociala medier där 96% av de digitala infödingarna och 98% av de digitala immigranterna menar att sådana publikationer är helt eller delvis oacceptabelt. Generellt anses det vara mer oacceptabelt att publicera kritik riktad mot person än ämne ($p < 0,001$)¹⁴. Så länge är generationerna således överens. Vad som dock skiljer de åt är att de digitala infödingarna (11,4% anser helt eller delvis acceptabelt) har en *större* acceptans gentemot att kritisera ämnen än vad digitala immigranterna (7,6% helt eller delvis acceptabelt), dock är detta samband svagt och de visade sig att det fanns ett större samband utifrån kön där män hade en högre grad av acceptans än kvinnor. De digitala immigranterna hade för första gången i resultatet en större acceptans än de digitala infödingarna och detta gällde kritik riktad mot person, dock är sambandet svagt och skillnaden för liten för att statistiskt kunna säkerställas.

Och slutligen, för att besvara studiens syfte som var *att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier*– kan det tolkas som att de båda generationernas attityder är *lika olika* i synen på publiceringar på sociala medier. Lika är generationerna eftersom majoriteten av de båda generationerna har en negativ attityd gentemot publicering av kritik och är överens om att publicering av information passar sig bättre på sociala medier. Generationernas attityder är olika kring hur pass mycket man bör dela med sig av på sociala medier då den yngre gruppen, digitala infödingar, generellt har en högre grad av acceptans gentemot publicering jämfört med den äldre gruppen, digitala immigranter.

Det kan tolkas som att de båda grupperna värderar respekt gentemot andra vid publicering av information och att de båda generationsgrupperna således besitter en liknande föreställning av vad sociala medier är för typ av plats och vilka villkor och förutsättningar denna innehar. Hur förklaras då den alarmism som Eek-Karlsson (2015) menar råder kring ungas beteende online, när det egentligen inte råder någon särskilt stor skillnad jämfört med de äldre?

¹⁴ Gjort med hjälp av Pearsons Chi2-test

Detta går utifrån ett social konstruktionistiskt perspektiv att tolka som att de mediala debatterna och vardagliga diskussionerna kring ungas relation till sociala medier resulterat i äldres kunskapskomponent i dess attityd vilket därigenom blir deras sanning och föreställning om ungas sociala praktiker online. Eftersom Burr (1995 refererad i Angelöw & Jonsson 2000) menar att social konstruktion blir till genom en tredelad process där externaliseringen gör kunskapen objektiv och sedan internaliseras som sanning, eventuellt utan något direkt orsakssamband, kan konstruktionen av sociala medier, enligt mig, ses ske på två olika dimensioner. Dels konstrueras det genom talet *om* sociala medier, det vill säga genom media, vardagliga samtal och även genom forskning (som denna du nu läser tillexempel).

Utifrån attitydbegreppet utgör detta individens kunskapskomponent som i sin tur eventuellt styr individens sociala praktiker genom att tala om sociala medier. Men det kan även ses som att konstruktionen av sociala medier sker genom sociala handlingar *på* sociala medier. Det vill säga där användare i praktiken ser, uppfattar och tolkar sociala media som en plats innehållande villkor och förutsättningar vilket också utgör en kunskap och föreställning om fenomenet som individen anpassar sig till. Det kan därför reflekterande enligt mig ses som att de alarmistiska debatterna kring ungas internetbeteenden och vanor är skapade och upprätthållna utifrån förmedlandet *om* sociala medier där skräckexempel tas upp kring mobbning eller utsatthet som hänt *på* sociala medier, men som inte förtäljer något om de vardagliga sociala praktikerna online eftersom de båda generationsgrupperna har en väldigt lik syn om sociala praktiker *på* sociala medier.

Utifrån åldersstratifieringsteorin menar företrädare att förväntningar på individen präglas av stereotypiska föreställningar på åldersstrata och av den tid man lever i (Riley 1987). Föreställningen om unga som ansvarlösa och som avsaknad av konsekvenstänk kan utifrån ovannämnda teorin därför tänkas utgå från de stereotypiska föreställningar som barn och ungdomar har på sig i det åldersstrata. Vad som dock kan tänkas glömmas bort är den tid vi faktiskt lever i, där dagens ungdomar vuxit upp och normaliserat en ständig uppkoppling och lärt och format sig genom och på sociala medier och internet. Att de yngre har vuxit upp i en tid med ständig uppkoppling och där tillgång och deltagande på sociala medier dagligen sker och har skett kan tänkas förklara de digitala infödingarnas mer homogena svar. Det kan även tänkas förklara deras högre grad av acceptans gentemot publicering av information där de erhåller en större öppenhet än de äldre, digitala immigranterna. Det kan således tolkas som att

den yngre generationen normaliserat öppenheten mer än vad de äldre gjort, som under deras formativa år inte lika enkelt eller effektivt kunde nå ut med budskap, kritik eller åsikter till en lika stor publik som idag kan göras. Även om majoriteten av de digitala infödingarna erhöll en relativt negativ inställning gentemot att kritiskt ifrågasätta på sociala medier, hade de ändå en högre grad av acceptans gentemot detta jämfört med de äldre, digitala immigranterna. Detta kan enligt mig reflekterande bero på att de yngre normaliserat en vardag fylld med såväl positiva som negativa intryck. En parallell kan därför tänkas dras till Gheretti's (2015) studie som visar att icke-användare har en allmänt mer negativ bild av sociala medier än vad aktiva användare har. Således kan det tänkas som att de yngre, digitala infödingarna som formats av och på sociala medier normaliserat en större öppenhet och även en hårdare jargong, eftersom denna generationsgrupp faktiskt hade en högre grad av acceptans gentemot att kritiskt ifrågasätta ämnen på sociala medier. Något som reflekterande kan tänkas så ett frö till den alarmism som Eek-Karlsson (2015) menar finns kring yngres nätbeteende.

Som tolkades förut så kan det tänkas som att de digitala immigranternas föreställning om sociala medier delvis är skapade utifrån mediala och vardagliga samtal *om* fenomenet medan de digitala infödingarnas är skapade *på* sociala medier. Eftersom den sistnämnda gruppen har vuxit upp och normaliserat en internetbaserad kommunikation kan det tolkas som att denna grupp internaliserat förgivenetagna kunskaper kring vad som bör och inte bör publiceras på sociala medier. Medan de digitala immigranterna tillträtt sociala medier som vuxna och därmed redan etablerat sina förgivenetagna kunskaper kring kommunikation och interaktion och således inte är lika överens eller införstådda med sociala praktiker *på* sociala medier.

I frågan gällande i vilken grad det anses acceptabelt att kritiskt ifrågasätta någon på sociala medier hade som sagt de digitala infödingar en större öppenhet jämfört med de digitala immigranterna. Dock ansåg de digitala immigranterna inte personangreppen *lika* oacceptabelt som de digitala infödingarna, det vill säga att de tidigare mönstret där de digitala infödingarna haft en större acceptans nu brutits. Detta kan enligt mig tolkas på olika sätt. Antingen befinner sig de digitala immigranterna i någon typ av kognitiv dissonans, det vill säga att attitydens kunskapskomponent och handlingskomponent inte harmonierar, alternativt är inte socialpsykologins skildring av attitydbegreppet tillräckligt omfattande för att förklara attityderna eller så har de två generationerna har olika definitioner av vad som upplevs som kränkande.

Förmodligen kan det vara en blandning de möjliga förklaringarna. Som beskrevs i avsnitt 3, *teoretiskt referensram*, upplevs Angelöw och Jonssons (2000) förklaring av attitydbegreppet enligt mig som något förenklat då det kan vara svårt att svart på vitt skildra varifrån en intention eller handling härstammar ifrån. Eftersom de digitala immigranterna nästan helt genomgående i studiens resultat visat på en lägre grad av acceptans jämfört med de digitala infödingarna kan detta skilda resultat gällande personangreppen hänvisas till att det kan vara svårt att veta vad som är attitydens kunskapskomponent eller känslokomponent. Antingen kan de äldre respondenterna, det vill säga de digitala immigranterna *veta* vad som är rätt kontra fel sätt att bete sig men gällande de fabricerade inläggen *känna* något annorlunda, möjligen utifrån samhällliga förväntningar eller beroende av andra förväntningar som respondenten eventuellt upplever. Det blir med andra ord svårt att avgöra exakt vad som är kunskaps- kontra känslokomponenten, eventuellt kan det alltså handla om något som ligger där mitt emellan och som eventuellt egentligen inte är direkt kopplat till ämnet, vilket i detta fall är personangrepp.

Eftersom individer utifrån åldersstratifieringsteorin präglas genom och av sin tid med innehållande samhällliga förändringar kan det brutna mönstret förklaras som att de digitala immigranterna har en högre grad av tolerans gentemot vad som anses kränkande då de är formade av en annan tid. Alternativ kan det ha att göra med den föreställningen *om* sociala medier där de digitala immigranterna reflekterande eventuellt inte internaliserat samma kunskap som de digitala infödingarna. Utan för dem är kommunikationen online inte lika verklig som den är offline. Dock är detta som sagt en svår tolkning att göra då det inte ställdes några frågor som kunde urskilja kommunikation online som offline, det vill säga att vi således inte vet om de äldre generellt har en högre grad av tolerans kring vad som upplevs oacceptabelt eller kränkande eller om det har att göra med att kommunikation som sker online inte upplevs lika verklig och sann som den offline.

För att förtydliga och nyansera studiens resultat vill jag poängtera att de äldre, det vill säga de digitala immigranterna alltså överlag erhåller en lägre grad av acceptans jämfört med de yngre, digitala infödingarna kring publicering på sociala medier. Detta kan bland annat bero på att den yngre generationen, de digitala infödingarna, formats av och därmed normaliserat en hårdare jargong och även en större öppenhet kring delgivning på sociala medier. Vad som dock nyanserar den alarmism som Eek-Karlsson (2015) menar finns kring ungas nätbetenden är att

de två generationerna i min studie inte skiljer sig *jättemycket* åt, som de medialt ofta framställs. Dock vill jag även lyfta medvetenheten kring att min studie är en relativt liten undersökning, därmed kan inte resultaten tolkas som revolutionerande och eftersom flertalet andra studier visar på att yngre tenderar att agera elakt mot varandra på internet (se Ghersetti, 2015; Jungselius 2018). Därför sammanfattas denna studiens resultat till att de två generationerna ser på publicering på sociala medier just som *lika olika*.

6. Diskussion

I detta avsnitt förs en diskussion kring studiens resultat och även kring studiens arbete i sig, härigenom skildras även mina egna reflektioner över resultatet samt metodval.

Gällande den generationsindelning som gjorts vill jag poängtera att denna inte är problemfri eftersom de båda täcker relativt stora spridningar av åldrar. Eventuellt har en 44-åring mer gemensamt med en 45-åring än någon som är 19 år. Men eftersom en gränsdragning behövdes dras någonstans drogs den som sagt mellan 44-45 år med hänvisning till Bengtsson och Johanssons (2015) studie samt Rosenthail och McKneown's (2011) studie eftersom de menar att individens förhållande och beteende till det digitala står i relation till det digitala genomslaget och den tid individen haft sina formativa år under.

Trots de resultat som presenterats ovan vill jag tydliggöra att de finns relativt stora interna spridningar av svar i gruppen digitala immigranter, vilket nämnts här ovan i resultatdelen. Attitydsvariationen kan reflekterande bero på den åldersindelning som gjordes. I förarbetet av studien ägnades mycket tid kring hur en eventuell åldersindelning skulle se ut och tidigare forskning har behandlat olika typer av generationsindelningar. Eftersom jag försökte fånga de som varit formativa både innan samt under och efter sociala mediernas genomslag var det problematiskt eftersom genomslaget kan ses som *någon gång* mellan 2005-2010. Jag fick helt enkelt göra en egen typ av indelning utifrån ålder och även om detta som sagt visar på många skillnader vill jag vara transparent gällande att det eventuellt varit ett för stort åldersspann bland de digitala immigranterna, på grund av attitydsvariationen. När det nu, 2019, har gått ett par år sedan genomslaget skett vill jag även poängtera att detta förmodligen gjort att fler anpassat och normaliserat detta fenomen. Ett annorlunda resultat hade eventuellt skildrats om denna studie gjorts för 10 år sedan, där skillnaderna eventuellt varit större.

Om varken tid eller komplexitet begränsat denna studie hade det varit intressant att se till fler generationer i relation till den digitala utvecklingen och sociala medier än ”bara” de två som skildrats i denna studie. I sådant fall skulle ett diagram över attityderna gjorts utifrån ålder för att se ifall det någonstans ”bröts”, likt Bengtsson och Johanssons (2015) studie. Detta för att eventuellt kunna se ifall attityderna är en fråga om livslopp (att man som ung är mer öppen och erhåller en hårdare jargong) eller om det kan bero på generationer och samhällsliga förändringar. Detta eftersom denna studie nu visar att generationerna är ”lika olika”, men ifall detta är en fråga om ålder och livslopp eller generationer och samhällsliga förändringar, förtäljer inte studien.

Som inledningsvis nämndes gjorde valet av kvantitativ metod för att jämföra två generationer kring vad de anser som acceptabelt kontra oacceptabelt att publicera på sociala medier, kunde inte relationen mellan olika generationer och sociala medier förstås på ett djupare plan. Därigenom kunde jag inte fånga in respondenternas grundligare utläggningar, resonemang och känslor som utgör deras attityd gentemot detta. Med kvalitativ metod och intervjuer hade jag eventuellt fått ut intressanta aspekter gällande fenomenet och således skildra informanternas likheter och skillnader i uppfattningar på en grundligare nivå och vilka aspekter som blev avgörande för deras attityder. Reflekterande hade jag härigenom eventuellt (och förhoppningsvis) lättare kunnat skildra attitydernas känslö- eller kunskapskomponent, något som nu beskrivits som svårt genomgående i uppsatsen. Jag hade även med en kvalitativ studie fått klarhet och förståelse för ifall respondenterna skiljer kommunikation som sker online ifrån offline eller om de värderas på liknande sätt med liknande förutsättningar. För att eventuellt även kunna se ifall respondenterna ”vet” vad som är ”rätt” kontra ”fel” sätt att bete sig men ifall de förhåller sig till denna ”vetskap” hade det varit intressant att genomföra någon typ av observation. Detta för att alltså se ifall kunskaps- och känslokomponenten står i relation och stämmer överens med handlingskomponenten.

En ide till framtida studier kring liknande problemområde hade varit att kombinera intervjuer med en kvantitativ textanalys alternativt något typ av observation. Intervjuer hade enligt mig varit fruktbart för att ytterligare fördjupa hur dessa skillnaderna egentligen ser ut, det vill säga vilka upplevelser och uppfattningar har individer av sociala praktiker på sociala medier. Genom att kombinera det med textanalyser hade detta eventuellt fördjupat förståelsen ytterligare då

detta eventuellt kunnat skildra ifall det fanns några skillnader kring vad individer *bör göra* och vad de *faktiskt gör* online.

7. Referenslista

Alpman, N. (2018). Livet framför skärmen. *Forskning & Framsteg*, 8 mars.

Angelöw, B. & Jonsson, T. (2000). *Introduktion till socialpsykologi*. 2., [rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1991). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Penguin Uk.

Borg, E. & Westerlund, J. (2012). *Statistik för beteendevetare* Faktabok. 3., [uppdaterade och omarb.] uppl. Malmö: Liber

Davidsson, P., Palm, M & Melin Mandre, Å. (2018). *Svenskarna och internet 2018*. IIS, Internetstiftelsen i Sverige

Eek-Karlsson, L. (2015). *Ungas samspel i sociala medier [Elektronisk resurs] : Att balansera mellan ansvar och positionering*. Diss. , 2015
Tillgänglig på Internet: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:lnu:diva-46696>

Friends, Friendsrapporten 2018, 2018 [Senast hämtad 2019-05-24]
https://www.dropbox.com/sh/w9pd82tqelkb4o2/AACIWnFZTp5-UXa3FYitEb0ha?dl=0&preview=Friendsrapporten_2018.pdf

Funcke, N. (2016). *Yttrandefrihet på nätet*. Version 2.0 [Stockholm]: IIS, Internetstiftelsen i Sverige

Ghersetti, M. (2015). Sociala medier till nöje och nytta. i *Annika Bergström, Bengt Johansson, Henrik Oscarsson & Maria Oskarson (red), Fragment. Göteborgs universitet: SOM-institutet vid Göteborgs universitet*, 511-522.

Gripsrud, J (2011). *Mediekultur, mediasamhälle*. 3., [bearb.] uppl. Göteborg: Daidalos

Johansson, S. & Bengtsson, B. (2015) *Mediemoral i en digital värld.*: SOM-institutet i Göteborg

Jungselius, B. (2018) ”She liked the picture so I think she liked it” :Unpacking the social practice of liking. *Proceedings of International Conference Social Networks, Digital Traces and Electronic Communication*, 87-97

Karlstads universitet (2019). *GDPR för studenter*. <https://www.kau.se/student/ar-student/it-stod/hjalp/gdpr/gdpr-studenter> [senast hämtad 2019-05-27]

Krekula, C. & Heikkinen, S. (2014). Gästredaktörernas inledning. *Sociologisk Forskning*, 51(1), 5-13.

Latvala, N. (2017). "Har smartphones förstört vår generation unga?", *Omni* 31 december.

Nord, L., Grusell, M., Bolin, N., & Falasca, K. (red.) (2018). *Snabbtänkt [Elektronisk resurs] Reflektioner från valet 2018 av ledande forskare*. Sundsvall: Mittuniversitetet, DEMICOM
Tillgänglig på Internet: <http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:miun:diva-34462>

Olsson, T. (red.) (2017). *Sociala medier: vetenskapliga perspektiv*. Första upplagan Malmö: Gleerups

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants part 1. *On the horizon*, 9(5), 1-6.

RFSL, (2016). *Att fråga om kön och trans i enkäter*. <https://www.rfsl.se/hbtq-fakta/att-fraaga-om-koen-och-trans-i-enkaeter/> [senast hämtad 2019-05-27]

Riley, M. W. (1987). On the significance of age in sociology. *American Sociological Review*, 1-14.

Rosenthal, S., & McKeown, K. (2011). Age prediction in blogs: A study of style, content, and online behavior in pre-and post-social media generations. In *Proceedings of the 49th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics: Human Language Technologies-Volume 1* (pp. 763-772). Association for Computational Linguistics.

SVT (2017) Nätmobbning bland skolelever ett växande problem. *SVT*, 28 augusti.

Trost, J. (2012). *Enkätboken*. 4., uppdaterade och utök. uppl. Lund: Studentlitteratur

Voltaire, F. & Simonsson, U. (2018) iGen, Gen Z eller Smartphonegenerationen? – Perspektiv på dagens unga. *UngdomsBarometern AB*, Stockholm

8. Bilagor

8.1 Bilaga 1 - Missivbrev



Hej!

Mitt namn är Rosanna Risberg och jag studerar vid Karlstads Universitet, samhällsanalytiker programmet. Denna studie som du har blivit tillfrågad att delta i är en del av mitt examensarbete i sociologi. Syftet med arbetet är att ur ett åldersperspektiv beskriva attityder gentemot publiceringar på sociala medier och genom att besvara denna enkät hjälper du mig med detta! Åldersgräns för att besvara enkäten är 18 år.

Personuppgifterna behandlas enligt ditt informerade samtycke. Det är helt frivilligt att delta och du kan när som helst återkalla ditt samtycke utan att ange orsak. Alla uppgifter som kommer till del kommer behandlas på ett sådant sätt att inga obehöriga kan ta del av dem. Enkäten besvaras i det webbaserade enkätverktyget Survey&Report som är en molntjänst utanför Karlstads universitet.

Karlstads universitet är personuppgiftsansvarig. Enligt dataskyddsförordningen har du rätt att gratis få ta del av samtliga uppgifter om dig som hanteras och vid behov få eventuella fel rättade. Du har även rätt att begära radering, begränsning eller att invända mot behandling av personuppgifter, och det finns möjlighet att inge klagomål till Datainspektionen. Kontaktuppgifter till Karlstads universitets dataskyddsombud är dpo@kau.se. För mer information om hur Karlstads universitet behandlar personuppgifter, se <https://www.kau.se/gdpr>

Har du några frågor eller funderingar kontakta antingen mig, Rosanna Risberg, på rosanna.risberg@gmail.com, eller min handledare Stefan Karlsson stefan.karlsson@kau.se.

Markera rutan för att delta i undersökningen och godkänna att Karlstads universitet behandlar personuppgifter i enlighet med gällande dataskyddslagstiftning och lämnad information. Välj sedan knappen "Jag samtycker".

Stort tack!

Jag har läst och accepterar villkoren

Jag nekar samtycke

Jag samtycker

8.2 Bilaga 2 - Enkät



1. Hur gammal är du?

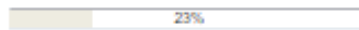
2. Vilket kön identifierar du dig med?

- Kvinna Man Annat alternativ Osäker Vill inte svara

3. Vilket/vilka sociala medier har du någon gång besökt de senaste sju dagarna?

- | | | |
|--|------------------------------------|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Facebook | <input type="checkbox"/> Instagram | <input type="checkbox"/> Snapchat |
| <input type="checkbox"/> Flashback | <input type="checkbox"/> Pinterest | <input type="checkbox"/> Twitter |
| <input type="checkbox"/> LinkedIn | <input type="checkbox"/> Reddit | <input type="checkbox"/> Ingen |
| <input type="checkbox"/> Om annan/andra, specificera gärna | | |

<< Föregående sida



Nästa sida >>

Påståenden

Nedan visas påståenden. För varje påstående kryssar du i den rutan som stämmer bäst överens med din åsikt.

OBS*

Med "kändis" menas: en person som är allmänt känd i stora delar av Sverige. Det vill säga personer som man vet om, men som man personligen inte känner eller umgås med. T.ex. TV-personligheter, influencers, politiker etc.

Med "bekant" menas: en person som man nästan till dagligen stöter på/talar med i verkliga livet. T.ex. en vän, kollega, klasskamrat etc.

4. På sociala medier, i vilken grad är det acceptabelt att publicera:

	Helt acceptabelt	Delvis acceptabelt	Delvis oacceptabelt	Helt oacceptabelt	Ingen åsikt
Sina uppriktligt ärliga åsikter om en kändis*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sina uppriktligt ärliga åsikter om en bekant*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om sin före detta relation där det förekom våld	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om sin usla chef	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om släktragedier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om sitt egna missbruk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om sina egna ekonomiska skulder	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om vilket politiskt parti man ska rösta på i kommande val	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Information om sin psykiska ohälsa (t.ex. ångest, depression etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. På sociala medier, i vilken grad är det acceptabelt att kritiskt ifrågasätta:

	Helt acceptabelt	Delvis acceptabelt	Delvis oacceptabelt	Helt oacceptabelt	Ingen åsikt
Någons politiska åsikter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Någons favoritlag (t.ex. i fotboll)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Någons klädstil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Någons kroppsform	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Någons sätt att uppföstra sitt barn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Någons klimatpåverkan (t.ex. resande, matvanor etc.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Något som någon valt att publicera men som enligt dig är olämpligt innehåll på sociala medier	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Vad anser du vara olämpligt att dela med sig av på sociala medier?

Fabricerade inlägg och kommentarer

Nedan visas fabricerade inlägg och kommentarer. Det är kommentarerna (rödmarkerade) som du ska ta ställning till. För varje kommentar kryssar du i den rutan som släpper bäst överens med din åsikt.

OBS*

Med "kändis" menas: en person som är allmänt känd i stora delar av Sverige. Det vill säga personer som man vet om, men som man personligen inte känner eller umgås med. T.ex. TV-personligheter, influencers, politiker etc.

Med "bekant" menas: en person som man nästintill dagligen stöter på/talar med i verkliga livet. T.ex. en vän, kollega, klasskamrat etc.

7. Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av en kändis med en bild på sig själv och där hen beskriver sin längtan efter sommar och semester.

En kommentar till inlägget lyder: *"Inte snyggt när du plutar så där med läpparna. Sluta tro att du är snyggare än någon annan."*

Att skriva en sådan kommentar är:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

8.

Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av en bekant som klippt en ny frisyr och frågar vad andra tycker om den nya frisyren.

En kommentar till inlägget lyder: *"Neeeeeej varför har du klippt dig så????? Det var mycket finare förut"*

Att skriva en sådan kommentar är:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

9. Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av ett politiskt parti och som handlar om hur partiet ska agera inför valet.

En kommentar till inlägget lyder: *"Hur tänker ^{*(partiledarens namn)*}? När du sviker ditt folk? Hur känns det att sälja ut sig själv? Förstår inte varför. Hur många har du legat med för att bli accepterad i partiet? Fy fan vad sorgligt."*

Att skriva en sådan kommentar är:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

10. Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av en TV-kanal och som handlar om en deltagare i ett realityprogram och där TV-kanalen frågar vad tittarna tycker om den nya deltagaren.

En kommentar till inlägget lyder: *"H*n är en jäkla kåtbock. Dessutom är h*n inte snygg. Ticks nervöst blinkar h*n hela tiden. H*n förtjänar inte att synas på TV så självgod som h*n är."*

Att skriva en sådan kommentar:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

11. Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av en bekant med en bild på sig själv och där hen skriver om helgens planer.

En kommentar till inlägget lyder: *"Du passar ju verkligen inte i sådana kläder förstår du inte det. Sluta försök vara något du inte är"*

Att skriva en sådan kommentar är:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

12. Tänk dig att du på internet ser ett inlägg publicerat av en kändis där hen visar upp sin sminkning och frågar vad andra tycker om sminkningen.

En kommentar till inlägget lyder: *"Det ser ut som om du kilstrat på dina ögonbryn."*

Att skriva en sådan kommentar är kränkande:

- Helt acceptabelt
- Delvis acceptabelt
- Delvis oacceptabelt
- Helt oacceptabelt
- Ingen åsikt

13. Finns det något du vill tillägga?