



”Att vara en i mängden...”

En studie om religiös isolering på Facebook

Rebecca Einarsson

Umeå Universitet ht 2015

Institutionen för idé- och samhällsstudier

Examensarbete i lärarutbildningen 30 hp

Handledare: Hanna Ziperovszky

ABSTRACT

The purpose of *Att vara en i mängden... – En studie om religiös isolering på Facebook* (*Running with the pack... – A study on religious isolation on Facebook*) is to gain an understanding of religious isolation between Christian, Jewish, Muslim and non-religious people. Further, the purpose is also to gain insight on how Christians, Jews and Muslims experience Facebook as a platform for expressing religious identity. The study was made using a concurrent mixed method, combining quantitative and qualitative methods, targeting Swedish Facebook users. The theoretical framework behind the study is The Spiral of Silence, by Elisabeth Noelle-Neumann.

The results indicate that religious isolation exists, and that it effects how prone users are to self-disclose about their religious identity. Also, the study shows that public opinion does not affect how prone users are to self-disclose. Rather, it is determined by the perceived opinion of the people in the user's Facebook network. Due to the algorithm used by Facebook to filter users' newsfeed, the recommendation to all Facebook users is to deliberately show interest to a diversity of religious content.

KEYWORDS: Isolation, Religious life, Facebook users, Self-disclosure, Spiral of Silence

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1. Inledning.....	1
1.1 Introduktion	1
1.2 Syfte och frågeställningar	3
1.3 Teori.....	3
1.3.1 Tystnadsspiralen	3
1.3.2 Övervakning – Foucault om Panopticon.....	6
1.4 Forskningsöversikt.....	8
1.4.1 Web 2.0 och Facebook.....	8
1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier	10
1.5 Begrepp.....	13
1.5.1 Livsåskådning	13
1.5.2 Religiösa och religiös åsikt	15
1.5.3 Termer för operationalisering	16
1.6 Metod och material	17
1.6.1 Metodisk ansats.....	17
1.6.2 Mixed methods.....	19
1.6.3 Enkät	20
1.6.4 Fenomenologisk reduktion.....	22
1.6.5 Urval	23
1.6.6 Tillvägagångssätt	25
1.6.7 Avgränsningar	26
1.6.8 Etiska överväganden	26
1.6.9 Reliabilitet och validitet.....	27
1.7 Disposition.....	29
2. Analys.....	30
2.1 Bakgrund - Varför Facebook?	30
2.2 Statistisk analys	31
2.2.1 Respondenterna.....	31
2.2.2 Upplevd majoritet	34
2.2.3 Massmedias påverkan	42
2.2.4 Religiösa uttryck	46
2.3 Innehållslig analys	47
2.3.1 Resultatöversikt.....	47
2.3.2 Facebook som nätverk utifrån livsåskådningsperspektiv	47

2.3.3 Hårt diskussionsklimat.....	48
2.3.4 Uppgivenhet kring diskussioner	49
2.3.5 Rör upp känslor.....	50
2.3.6 Massmedia och utifrånperspektiv	51
2.3.7 Fördomar.....	51
2.3.8 Religion är politiskt.....	52
3. Diskussion	54
3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook.....	54
3.2 Hur det upplevs att uttrycka sig religiöst på Facebook	57
3.3 Upplevd majoritet och religiösa självrensning på Facebook.....	61
3.4 Åsikter yttrade i massmedia och religiösa självrensning på Facebook	63
4. Slutord	66
Referenser.....	69
Figur- och tabellförteckning	72
Bilagor.....	74

1. INLEDNING

1.1 INTRODUKTION

Mark Zuckerberg, en av grundarna till Facebook ska en gång ha sagt ”A squirrel dying in your front yard may be more relevant to your interests right now than people dying in Africa”.¹ Detta enligt Eli Pariser som sammanfattar den personifierade upplevelsen av internet i sin bok *The Filter Bubble: what the Internet is hiding from you*. För ett tiotal år sedan kunde man bara uttrycka sin åsikt i det offentliga genom medier som tidningar, radio eller TV. Den information som då mötte allmänheten hade noga valts ut och filtrerats av redaktörer utifrån journalistisk etik. I och med internets födelse och framförallt web 2.0², kunde dock vem som helst med tillgång till dator med uppkoppling ge sig ut och dela sina åsikter på the world wide web.

Idag är web 2.0 standard. Genom bland annat Google och Facebook får varje person en skräddarsydd upplevelse av internet och all den information som finns online.³ Det är inte längre redaktörerna som bestämmer vilken information som man får ta del av, utan algoritmer som skapats för att låta ens intressen styra vilka nyheter som presenteras i sökningar på Google eller i nyhetsflödet på Facebook. Nyckelordet för dessa algoritmer är *relevans* på individnivå. Två personer som googlar på kontroversiella ”BP”⁴ kan få helt olika träffar presenterade i sin sökning.⁵ Så länge detta endast handlar om information om produkter kan detta verka harmlöst, men när den information man får genom sökningar också påverkar vilka val man gör och hur man tänker börjar varningsklockorna ringa. Demokratin är beroende av medborgarnas förmåga att göra rationella val och internet begränsar medborgarens bild av världen när det endast föder den med information som går i linje med den redan etablerade åsikten. Detta till skillnad från hur man i journalisternas yrkesetik beskriver massmedias roll i samhället som beroende av korrekt och allsidig nyhetsförmedling för att behålla allmänhetens förtroende.⁶ Man fångas i en *filterbubbla* som Pariser kallar det, en bubbla där man endast möter sådan information eller sådant innehåll som man redan gillar eller är intresserad av.

¹”Eli Pariser: Var medvetna om ”filterbubblorna” på nätet”, [Video], tillgänglig: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=sv, 2011.

² Se 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

³ Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Group, 2011, 7ff.

⁴ British Petroleum.

⁵ Pariser, E. 2011, 2.

⁶ Journalistförbundet. Publicitetsregler. 2013. <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-for-press-radio-och-tv/publicitetsregler>

Detta innebär ofta att man är helt aningslös om att man inte exponeras för varierad information som kan bredda ens världsbild.⁷

Skolan och hemmen är platser där barn och unga demokratiföstras. Det är också de platser unga spenderar mycket tid på. Vidare spenderar unga också denna tid uppkopplade på sociala medier som Facebook, Instagram och Twitter. Hela 82 % av personerna i åldern 16-25 år i Sverige besöker dagligen Facebook.⁸ I det demokratiska fostransuppdraget ska vissa värden förmedlas, bland annat människolivets okränkbarhet, individens frihet och integritet, alla människors lika värde, samt solidaritet mellan människor.⁹ Dessutom ska den svenska skolan förbereda ungdomar till att bli goda demokratiska medborgare och lära dem se värdet i ett mångkulturellt samhälle. Integration mellan olika grupper och minoriteter är viktigt för det mångkulturella samhället. Därför behöver fördomar brytas ned och tillit och sätt att mötas byggas upp. För att detta arbete ska vara framgångsrikt, är vikten av att mötas interkulturellt/interreligiöst stor, eftersom interreligiösa möten låter människor lära känna personen och religionen inifrån. På så sätt kan man slå hål på fördomar och minska känslan av vi-och-dom.¹⁰

De filterbubblor som dagens användare av Facebook hamnar i kallas i vissa studier för *åsiktspolarisering*.¹¹ En hög grad av åsiktspolarisering innebär att de nyheter och åsikter en person tar del av är från källor vars åsikter är i linje med personens egna värderingar. Följer man till exempel Amnesty och Vänsterpartiet är sannolikheten låg att det dyker upp nyheter med krigsglorifierande innehåll. Beroende på om ens vänner tycker som en själv eller inte kommer deras aktiviteter att synas ofta eller sällan i ens nyhetsflöde. Om denna isolering av grupper även gäller personer av olika religiös tillhörighet och åsikt innebär det att de viktiga interreligiösa mötena kan begränsas via sociala medier. Sociala medier som Facebook kan då bidra till isolering av grupper, religiös segregation och en förstärkt känsla av vi-och-dom mellan personer med olika religiösa åsikter.

⁷ Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Group, 2011, 9.

⁸ Findahl, O. & Davidsson, P. Svenskarna och internet. *Internetstiftelsen i Sverige*. 2015, 4.
https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015_Sociala_medier.pdf

⁹ Skolverket. *Läroplan, examensmål och gymnasiegemensamma ämnen för gymnasieskola 2011*. Stockholm: Skolverket, 2011, 5.

¹⁰ Kjellsdotter Rydinger, M & Al Tawalbeh, O. *Tro, hopp och fördom: religion som resurs i mötet med den andra*. Stockholm: Proprius, 2014.

¹¹ Jfr 1.3.1 Tystnadsspiralen

1.2 SYFTE OCH FRÅGESTÄLLNINGAR

Med utgångspunkt i teorin om tystnadsspiralen, syftar studien till att ge ökad förståelse kring isolering utifrån livsåskådning av religiösa och icke-religiösa facebookanvändare. Studien ämnar beskriva hur upplevd minoritet eller majoritet, enligt teorin konstruerad utifrån massmedia, påverkar hur benägen man är att uttrycka sina religiösa åsikter på Facebook. Vidare syftar studien ge inblick i hur religiösa facebookanvändare upplever Facebook som plattform för att uttrycka religiös identitet. Detta för att ge ökad förståelse för svenska judiska, kristna, muslimska och icke-religiösa facebookanvändares vardagsliv.

- På vilka sätt uttrycker judar, kristna, muslimer och icke-religiösa sin religiösa åsikt på Facebook?
- Hur upplever judar, kristna och muslimer det att uttrycka sig religiöst på Facebook?
- Hur påverkar upplevd majoritet judars, kristnas och muslimers självzensur och självutlämnande beteenden på Facebook?
- Hur påverkas judars, kristnas och muslimers självzensur och självutlämnande beteenden på Facebook av hur de upplever massmedias åsikter kring religion och tro?

1.3 TEORI

1.3.1 TYSTNADSSPIRALEN

I *The Spiral of Silence*, först utgiven 1974, presenterar den tyske statsvetaren Elisabeth Noelle-Neumann sin teori om Tystnadsspiralen.¹² I teorin beskrivs att människor är olika benägna är att uttrycka sina åsikter, beroende på om de uppfattar sig som i minoritet eller majoritet med en viss åsikt. Noelle-Neumann menar att de som uppfattar sig som en del av en minoritet är mindre benägna att uttrycka sin åsikt i rädsla för att bli isolerade från majoriteten. När denna åsikt inte uttrycks blir också den allmänna uppfattningen att det är en minoritetsåsikt.¹³ Hon talar därför om en nedåtgående spiral där benägenheten för en person med minoritetsåsikt att uttrycka den blir mindre och mindre.

To run with the pack is a relatively happy state of affairs; but if you can't, because you won't

¹² Noelle-Neumann, E. *The spiral of silence: public opinion, our social skin*. 2. uppl. Chicago: University of Chicago Press, 1993.

¹³ Jfr 3.2 Hur det upplevs att uttrycka sig religiöst på Facebook

share publicly in what seems to be a universally acclaimed conviction, you can at least remain silent, as a second choice, so that others can put up with you.¹⁴

Genom att uttrycka en åsikt eller se någon annan uttrycka den åsikten och därefter bedöma vilken respons den får, är ett sätt att avgöra om man är i majoritet eller minoritet. Alla människor har en aning om vad som är majoritetens åsikter i olika frågor. Denna aning får man enligt Noelle-Neumann genom att hänga med i massmedia, vilket på sjuttioalet var tidningar, radio och TV.¹⁵ Genom att se vilka åsikter som uttrycks i insändare, artiklar och krönikor och sedan invänta den stora massans respons, kan man få en uppfattning om vilka åsikter som är majoritetens. Även frånvaron av åsikter i massmedia är ett sätt att avgöra att de inte hålls av majoriteten.

Noelle-Neumanns forskning fokuserar främst på politiska åsikter och handlar ofta om undersökningar efter stora folkomröstningar. I dessa undersökningar efter stora val, som till riksdagen, frågade man folket hur de röstat. Där angav fler att de röstat på det vinnande partiet än det faktiska antalet röster partiet fått. Man såg även att personer angav sig ha röstat på det parti som var störst inom den grupp de ansåg sig tillhöra, exempelvis det parti som var störst bland ungdomar, arbetare eller gamla. Detta tolkades som att personer som egentligen röstat på partier som hade mindre stöd i opinionen, valde att i efterhand säga att de röstat på det större partiet i rädsla för att bli isolerade från en gemenskap genom att uttrycka sin minoritetsåsikt.¹⁶ Att fråga människor vilket parti som kommer att vinna valet ger således en bättre bild av vilket som faktiskt kommer att vinna, än vad folk har röstat på. Människor verkar ha en typ av sjätte sinne där man känner av hur omgivningen tänker och känner.

Tystnadsspiralen skapades som en teori om massmedias effekt på den allmänna opinionen, men har på senare år också använts för att förklara bland annat fenomen inom skolan¹⁷ och människors beteenden på sociala medier.¹⁸ I grunden skulle man kunna kalla den en teori om människors normativa beteenden i olika sociala kontexter. Genom att observera hur andra beter eller uttrycker sig, lär sig personen hur den *bör* bete och uttrycka sig för att nå framgång

¹⁴ Noelle-Neumann, E. *The spiral of silence: public opinion, our social skin*. 2. uppl. Chicago: University of Chicago Press, 1993, 6.

¹⁵ Noelle-Neumann, 1993, 62.

¹⁶ Noelle-Neumann, 1993, 30f.

¹⁷ Jönsson, T. & Zacheja, V. *Hot, våld och trakasserier mot lärare: en fenomenografiskt inspirerad studie vad gäller rektors och lärares uppfattningar*. Kandidatuppsats. Högskolan i Halmstad, 2009.

¹⁸ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

eller smälta in i olika kontexter. Dessa sociala kontexter gäller även sociala medier och störst bland dessa är Facebook. ”Nästan alla som är medlemmar på ett socialt nätverk är också medlem på Facebook”¹⁹ med undantag från unga i ålder 12-15 år. Facebook är av särskilt intresse i denna studie delvis på grund av sin popularitet, men också på grund av hur det är utformat.²⁰

Teorin har dock fått kritik. Moy, Domke och Stamm menar att människor inte påverkas av vad främlingar eller nationen i stort tycker, utan snarare av vad de närmaste tycker. Familj och nära vänner menar man påverkar individens åsikter mer än nationen gör.²¹ Detta skulle dock kunna tala för att tystnadsspiralen är om något ännu effektivare på Facebook där användarens nätverk till stor del består av *nonyma*²² relationer.²³

På Facebook utgörs en persons sociala kontext av dennes facebookvänner och framförallt av de vänner som syns i personens nyhetsflöde. Senare studier som gjorts på Tystnadsspiralen visar på att människors uppfattning av opinionen fortfarande styr i vilken mån de uttrycker sina åsikter.²⁴ Dock är inte alltid den upplevda majoriteten på Facebook den samma som majoriteten i samhället i stort. Det en facebookanvändare ser i sitt nyhetsflöde är skraddarsytt utifrån dennes intressen, då nyhetsflödet är programmerat till att prioritera sådant som är relevanta för användaren. Denna relevans avgörs av vilka typer av länkar personen klickat på tidigare, vilka sökningar den har gjort och vad den visat intresse för. Vänner som delar intressen och åsikter med personen dyker oftare upp i nyhetsflödet än de som har andra åsikter. Den personifierade webben skapar på så sätt en upplevd majoritet då man ständigt möter sådant som går i linje med de egna åsikterna.²⁵ Facebook kan på så sätt öppna upp för en social isolering eller polarisering av personer med liknande intressen. I dessa kontexter kan de upplevda majoritetsåsikterna florerar, men de eventuellt viktiga minoritetsåsikterna helt försvinna. Detta skapar grund för att personer kan ha lättare att uttrycka sin religiösa

¹⁹ Svenskarna och internet 2014. Facebook dominerar fortfarande. *Kommunikation och sociala nätverk*. 2014. <http://www.soi2014.se/kommunikation-och-sociala-natverk/facebook-dominerar-fortfarande/>

²⁰ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

²¹ Moy, P., Domke, D. & Stamm, K. The Spiral of Silence and Public Opinion on Affirmative Action, *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 78 no.1 (2001): 7-25. Se även 3.4 Hur påverkas judars, kristnas och muslimers självcensur och självutlämnande beteenden på Facebook av hur de upplever massmedias åsikter kring religion och tro?

²² Icke-anonyma. Nonyma relationer behöver inte bygga på någon direkt kontakt mellan två personer, de kan ha en indirekt relation genom gemensamma vänner utan att ha träffats eller ha hälsat på varandra. Se även 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

²³ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

²⁴ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

²⁵ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

uppfattning i en upplevd majoritet, men också helt segregera personer utifrån livsåskådning då olika bubblor skapas. I denna studie avses Tystnadsspiralen användas som teoretiskt ramverk och analytiskt verktyg av resultatet, men också i utformandet av metod.

1.3.2 ÖVERVAKNING – FOUCAULT OM PANOPTICON

Redan 1973 släpptes Michel Foucaults bok *Övervakning och straff: Fängelsets födelse*, en bok som behandlar institutionens maktutövande över individen.²⁶ Foucault, en fransk filosof och idéhistoriker, beskriver i boken bland annat idén om Benthams fängelse *Panopticon* från 1700-talet. Panopticon är ett fängelse som är format som en cirkel, med ett torn i mitten. I den omgärdande cirkelformade byggnaden sitter fångarna i varsin cell vilka är glastäckta mot innergården och utsidan för att släppa igenom maximalt med ljus. I dessa celler avtecknas då fångarnas siluetter, oavsett vad de gör, för fångvaktarna som sitter i tornet i mitten. Tornet är i sin tur byggt så att inget ljus släpps igenom från den ena sida till den andra, så ingen fångvaktare blir synlig för fångarna. Fångarna vet således aldrig när de är övervakade och vad de än gör kommer det att synas. Panopticon är konstruerad så att fången ”syns, men han ser inte; han är ett objekt om vilket information hämtas, med han är aldrig subjekt i en kommunikation”.²⁷ Tack vare att fången är ständigt medveten om att fångvaktaren kan se honom, internaliseras övervakningen i fången. I och med upplevelsen av att ständigt vara övervakad fungerar makten automatiskt trots att fången inte är konstant övervakad. På så sätt blir makten fullkomlig utan att den behöver utövas. Det är således inte tvunget att en fångvaktare faktiskt övervakar en fånge för att denna ska bete sig som om den vore bevakad eftersom fångvaktaren ständigt är närvarande i fångens medvetande. Ur detta föds självreglerande beteenden som man kan likna vid de självcensurerande beteenden som denna studie ämnar undersöka. Foucault menar vidare att maktutövandet i det panoptiska schemat inte bara stannar i fängelset. I det moderna samhället och med den moderna makten sprids det i hela samhällskroppen och skapar i medborgarna en känsla av att vara övervakade.²⁸

Den panoptiska teorin om övervakning är intressant för denna studie om man studerar den roll sociala medier fått i samhället de senaste åren. År 2013 blev världen medveten om den övervakning som är möjlig via internet i samband med Edward Snowdens avslöjanden av amerikanska övervakningsförfaranden, gjorda av National Security Agency (NSA). Det

²⁶ Foucault, M. *Övervakning och straff: fängelsets födelse*. Lund: Arkiv, 1987.

²⁷ Foucault, 1987, 234. Se även 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook

²⁸ Foucault, 1987, 253.

Snowden läckte var det man för tio år sedan skulle ha klassat som det värsta som skulle kunna hända. En otroligt omfattande övervakning av internettrafik världen över.²⁹ Trots att Snowdens läckor främst fokuserade på USA, så blev det en väckarklocka för den enskilda individen. Allt en person gör på internet kan spåras. Alla mail man skriver, alla sidor man går in på och alla sökningar man gör. Risken att denna potentiellt känsliga information gick att observera och kartlägga innebar att anonymiteten var hotad. Liksom med den panoptiske fången internaliserar användaren övervakaren. Vad man gör på internet är inte längre anonymt, ett scenario många fruktat. Allt eftersom internet utvecklas har också möjligheterna att urskilja en användare eller person ur mängden ökat. Den personifierade webben erbjuder en skraddarsydd upplevelse för varje användare på bekostnad av dennes anonymitet.³⁰

Att övervakningen sipprat ut i samhällskroppen syns till och med bland arbetsförmedlingens uppmaningar till arbetsökande. På deras hemsida finns en egen sida med rekommendationer för hur man bäst söker jobb via sociala medier och att man bör vara medveten om att arbetsgivare i allt större mån googlar på den arbetsökande för att avgöra vad den är för typ av person.³¹ De rekommenderar därför också att man bör se över sina profiler på sociala medier för att se vilka signaler man skickar till eventuella arbetsgivare. Användaren vet således aldrig om och när en viktig person kan titta in på dennes profil för att avgöra vilken typ av person denne är.

För att vara tydlig vill jag kort redogöra för kopplingen mellan den internaliserade panoptismen och tystnadsspiralen på Facebook. I och med att ens vänner på Facebook kan se allt från vilka länkar man gillar till vad man skriver i offentliga grupper så finns där en medvetenhet hos användaren om att vännerna kan se mycket av vad den gör. Detta kan ses som en variant av den internaliserade panoptismen, där personerna i ens nätverk är potentiella fångvaktare och där straffet i värsta fall är att man kan bli utestängd från en eller flera gemenskaper. Straffet anges av tystnadsspiralen. Detta straff är inte automatiskt då man inte vet om någon ser men användaren upplever sig bevakad och reglerar därför själv sitt beteende utefter vem den tror kan se vad den gör. I rädsla för att bli isolerade från majoriteten väljer

²⁹ Geist, M. (red). *Law, Privacy and Surveillance in Canada in the Post-Snowden Era*. 28-05-2015. The University of Ottawa Press. <http://www.ruor.uottawa.ca/handle/10393/32424>

³⁰ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

³¹ Arbetsförmedlingen. Sociala medier i jobsökandet. <http://www.arbetsformedlingen.se/For-arbetssokande/Cv-och-ansokan/Tips-och-rad/Sociala-medier.html#.Vfqv8hHtmko>

människor utifrån teorin att hålla tillbaka med vad de upplever som minoritetsåsikter, åsikter som inte är i linje med majoritetens.

Efter att ha redogjort för studiens teoretiska ramverk kommer jag nu att ge en forskningsöversikt kring web 2.0, hur Facebook fungerar och religiösa uttryck på sociala medier.

1.4 FORSKNINGSÖVERSIKT

1.4.1 WEB 2.0 OCH FACEBOOK

Internet utvecklas och förändras snabbt. Stine Lomborg och Charles Ess skriver om den stora förändring i både kapacitet och potential i webben som inträffade år 2005, det man kallar för *Web 2.0*.³² Karaktäristiskt för Web 2.0 är interaktiviteten, där användaren också är producenten bakom mycket av innehållet i bloggen, vloggen, fotosidan eller den sociala nätverkssidan. Sociala medier som Facebook är typiska för Web 2.0, kommunikativa platser där den vanliga användaren har potential att ta ansvar för och kontroll över kommunikationen av innehållet.³³ Makten som den individuella användaren faktiskt har eller utnyttjar är något som varierar. Exempelvis är presentationen av den egna identiteten i utformandet av den personliga profilen på Facebook begränsad till olika kategorier som *kön, religion, musik, filmer* etc.

Facebook handlar för användaren till stor del om att dela information med de vänner man har i sitt nätverk. Användaren kan dela denna information med andra genom att skapa profiler med foton, kontaktinformation och listor av föredragna objekt (böcker, filmer, katter, bilar, musik). Man kan också gå med i grupper och kommunicera med vänner genom chatt, röst- och videosamtal.³⁴ Flera av sidans funktioner är sociala och den funktion som är mest relevant för denna studie är *nyhetsflödet*. Det är den sida användaren först möter när den loggar in. I nyhetsflödet visas förutom nyheter också statusuppdateringar med texter, bilder, länkar, videos och sidor som vänner, personer eller sidor du följer *delat, gillat* eller *kommenterat*. Eli Pariser beskriver utvecklingen för nyhetsflödet till vad det blivit idag. En utveckling som har

³² Hope Cheong, P. Fisher-Nielsen, P. Gelfgren, S. & Ess, C.(red.). *Digital Religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang Publishing, Inc, 2012, 169f.

³³ Se Introduktion 1.1.

³⁴ Dijk, v J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford Scholarship Online, 2013. doi: 10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001

lett till vad han kallar en filterbubbla.³⁵ Han beskriver hur en obekväm känsla kröp fram när han upptäckte att de av hans vänner på Facebook som var av en annan politisk åsikt började försvinna från hans nyhetsflöde. Facebook hade lagt märke till att han klickade mer på de personers länkar som han höll med, än de av motsatt politisk åsikt.³⁶

Den nya generationens internetfilter sorterar efter vad du verkar gilla, sådant du gjort eller sådant *personer som liknar dig* verkar gilla. Utifrån detta försöker filtren förutse vem du är och vad du kommer att vilja göra härnäst.³⁷ Dessa funktioner som inte bara Facebook och Google använder, skapar en upplevelse och en unik bild av internet för varje användare. Pariser medger att människor alltid har konsumerat media som tilltalar personens intresse, men att filterbubblan har några helt nya egenskaper som man inte stött på tidigare:

- Bubblan är osynlig. Man kan inte veta att man är i en filterbubbla då man delvis inte jämför sina sökningar på Google med någon annan och delvis säger inte Google vem den tror du är eller varför den skraddarsyr som den gör.
- Man kan inte välja att gå in i bubblan. När man slår på radio och väljer Bandit Rock så tar man ett aktivt val att lyssna på rock, man väljer aktivt ett perspektiv. Med den personifierade webben gör man inte samma aktiva val.³⁸

Pariser beskriver det på följande sätt:

Ultimately, the proponents of personalization offer a vision of a custom-tailored world, every facet of which fits us perfectly. It's a cozy place, populated by our favorite people and things and ideas. (...) We're never bored. We're never annoyed. Our media is a perfect reflection of our interests and desires.³⁹

En av de senare studierna om sociala medier och åsiktpolarisering gjordes 2014 av Tomas Tuoma.⁴⁰ Tuoma undersökte huruvida tystnadsspiralen var applicerbar på sociala medier och hur det egna nätverkets åsikter påverkade hur benägna användare var att uttrycka sina egna politiska åsikter. Tuoma kom fram till att det skapas åsiktpolariseringar vilka kan sägas vara

³⁵ Engelska *Filter bubble*. Pariser E. 2011, 9.

³⁶ Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Group, 2011, 5.

³⁷ Pariser, E. 2011, 9. Se även 1.3.2 Övervakning – Foucault om Panopticon

³⁸ Pariser, E. 2011, 10.

³⁹ Pariser, e. 2011, 12.

⁴⁰ Tuoma, T. *Social isolering: En studie om åsiktpolarisering och normativ press i sociala medier*. Kandidatuppsats. Umeå Universitet, 2014.

en variant av Parsisers filterbubbla. Användarna polariseras utifrån politisk åsikt och hamnar således i en bubbla där bekräftande åsikter studsar runt. Det visade sig också att användare med små nätverk upplevde en större normativ press på hur och om de uttryckte sina åsikter, samt att de mer aktiva användarna självcensurerade i större utsträckning än de mindre aktiva.

1.4.2 RELIGIÖSA UTTRYCK PÅ SOCIALA MEDIER

Hur användare väljer att konstruera sina profiler och på så vis identiteter på Facebook har undersökts av bland andra ett forskarteam vid the Department of Sociology, Temple University, USA.⁴¹ Tidig forskning på området har gjorts på sajter där användarna är anonyma, till skillnad mot Facebook där många av vännerna i ens nätverk är sådana man har koppling till i verkligheten. Zhao m.fl. kallar dem *nonyma* relationer, alltså icke-anonyma. Nonymitet kan åstadkommas i en helt virtuell miljö genom att använda exempelvis den e-postadress som man fått från sin arbetsplats i skapandet av sitt användarkonto på en sajt. Detta gör att kontot kan kopplas till arbetsgivaren eller den som står för e-postadressen, vilken i yttersta fall kommer att kunna hålla individen bakom kontot ansvarig. Zhao m.fl. vill dock göra skillnad mellan bekantskap och *nonyma* relationer. Två individer räknas som bekanta när båda kan identifiera den andre och erkänna att ett visst mått av ömsesidig information finns. En sådan relation skapar rätten eller plikten av ömsesidigt engagemang när individerna kommer i kontakt med varandra. Exempel på detta är stammisar på puben som känner varandra som stammisar men inte vet något om varandra utanför pubens kontext. *Nonyma* relationer behöver däremot inte bygga på någon direkt kontakt mellan två personer. De kan ha en indirekt relation genom gemensamma vänner utan att ha träffats eller ha hälsat på varandra. *Nonyma* relationer online gäller både de man känner och inte känner i verkliga livet.⁴²

Den anonyma icke-fysiska miljön som vissa sidor online bidrar med gör det möjligt för människor att skapa nya identiteter. En man kan låtsas vara en kvinna och en introvert kan vara extrovert.⁴³ Dock gäller inte detta för Facebook, där användares nätverk i stor utsträckning består av *nonyma* relationer eller personer man faktiskt känner eller är bekant med. Att påstå sig vara något annat än man är i verkligheten kan komma att skapa frågor och

⁴¹ Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*. 24 no. 5 (2008): 1816–1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

⁴² Se även 3.3 Upplevd majoritet och religiösa självcensur på Facebook.

⁴³ Zhao m.fl. 2008, 1818.

eventuellt motstånd.⁴⁴ Om en person exempelvis anger att den är i ett förhållande trots att den inte är det, kan den komma att bli ifrågasatt om varför den ”ljuger”, få frågor kring varför den inte berättat eller helt enkelt bara få frågor om vem partnern är. Det finns även mer extrema exempel där personer skapar användare med falska namn eller med någon annans namn. Sajten är dock utformad och byggd för att verkliga personer ska kunna skapa, vidhålla och återuppta kontakt med varandra. Man har även från Facebooks håll tydliga

I sin studie fann Zhao m.fl. att facebookanvändarnas identitetsuttryck snarare är implicita än explicita.⁴⁵ Genom att visa bilder av sig själv, vilka vänner man har och vilken musik man gillar skapar man sig en kontext som identitetsmarkör i större grad än att man faktiskt skrev någon längre text om sig själv under rubriken ”om mig”. Vad som är socialt accepterat eller gångbart verkar också styra vad man väljer att visa. Till exempel visar heterosexuella personer i större utsträckning vilket kön de är intresserade av och proklamerar i större utsträckning sin kärlek till sin partner än personer med annan sexuell läggning.⁴⁶ Zhao m.fl. menar att användarna i undersökningen i sina profiler på Facebook tog chansen att tänja på sanningen om vilka de var i verkliga livet. Men dessa identiteter ställer författarna inte emot varandra, utan man menar att beroende på den miljö individer finner sig i väljer de identiteter som kan hjälpa dem att bättre passa in eller hantera omgivningen.⁴⁷ De drar också slutsatsen att man inte kan skilja på verkligheten på internet och utanför när det kommer till Facebook. Båda är del av det sociala livet under interneteran, webben 2.0.

Även Campbell och Lövheim anser att det inte går att separera online och det verkliga livet, även när det kommer till det religiösa livet. I en utgåva av *Information, Communication & Society*⁴⁸ där man lagt särskilt fokus på religion och internet ger Campbell och Lövheim en historisk översikt av den forskning som gjorts kring ämnet religion och internet. De menar att internet utvecklats till att idag utgöra en plats där individer och grupper lever ut både sitt sociala och andliga liv.⁴⁹ Internet har således blivit en integrerad del av livet där man, liksom på många andra platser och kontexter, uttrycker sin religiösa identitet.

⁴⁴ Se även 2.1 Bakgrund – Varför Facebook?

⁴⁵ Se även 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook.

⁴⁶ Zhao m.fl. 2008, Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*. 24 no. 5 (2008): 1830. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

⁴⁷ Zhao m.fl. 2008, 1831.

⁴⁸ Campbell, H. A. & Lövheim, M. Introduction. *Information, Communication & Society*. 14 no. 8 (2011): 1083–1096 doi: 10.1080/1369118X.2011.597416.

⁴⁹ Campbell. & Lövheim, 2011, 1083. Se även 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook

Under mitten av 2000-talet var sajten MySpace större än Facebook i USA. Sidan hade en större variation av besökare bland amerikanska unga i åldrarna 13-17 år och fungerade som socialt medium innan Facebook var tillgängligt för andra än universitetsstudenter och anställda. Bobkowski och Pearce gjorde under den perioden en undersökning bland religiösa unga i USA om deras självutlämnande och religiösa uttryck på sina publika profiler på MySpace.⁵⁰ Studien visade att mer än 60 % valde att visa sin religiösa tillhörighet i sina profiler under rubriken ”religion”.⁵¹ Dock var det få som uttryckte sig på andra sätt än så. Studien visade på att användarnas religiösa uttryck var korta och ytliga. Huruvida man ansåg att religion var en privat ensak och ens inställning till organiserad religion påverkade också i vilken grad unga utlämnade sig religiöst på MySpace. De som ansåg att religion var en privatsak blottade mindre om sin livsåskådning och man fann en liknande korrelation mellan en negativ syn på organiserad religion och lägre grader av självutlämnande. Detta oberoende av hur religiös personen var i övrigt. De som var mer öppna och sa mer om religion var de som var religiösa och som ansåg att religion är en allmän angelägenhet eller hade en positiv bild av organiserad religion eller hade liktänkande religiösa vänner.⁵² Oavsett hur religiösa användarna själva var så hade de vars nära vänner var religiösa större sannolikhet att identifiera och självutlämna sig religiöst än de vars närmsta vänner inte var religiösa. Användarens religiositet, uppfattningar om religion, sociala ställning och nära vänners religiositet visade sig alla vara faktorer bakom hur mycket man valde att dela av sin egen religiositet.

Kvalitativa studier kring hur minoritetsgrupper utövar sin religion på Facebook har också gjorts de senaste åren. En av de senaste gjordes 2015 av Linda Henriksson.⁵³ I sin studie intervjuade hon en grupp kristna om hur de uttrycker och inte uttrycker sin tro på Facebook. Det visade sig att användarna var rädda för att vara *för* religiösa även fast de inte fått några negativa reaktioner när de publicerat exempelvis en kristen text. När de i sin tur såg någon som publicerade något negativt om religion valde de att inte ge sig in i någon diskussion utan höll tillbaka. En viss själv censur utkristalliserades även när det kom till *när* och hur ofta man

⁵⁰ Bobkowski, P. S. & Pearce, L. D. Baring Their Souls in Online Profiles or Not? Religious Self-Disclosure in Social Media. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 50 no. 4 (2005): 744–762. doi: 10.1111/j.1468-5906.2011.01597.x.

⁵¹ Bobkowski & Pearce, 2005, 756. Se även 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook

⁵² Bobkowski & Pearce, 2005, 757.

⁵³ Henriksson, L. *Som att hålla vatten på en gås!: En kvalitativ studie om att vara religiös på sociala medier*. Kandidatuppsats. Umeå Universitet, 2015.

valde att dela exempelvis en bibeltext. Kring högtider som jul och påsk menade informanterna att det kändes enklare, medan man under övriga året höll tillbaka för att inte uppfattas som för religiös. Respondenterna menade också att det var enklare att dela en låttext eller att gilla något någon annan skrivit eller delat än att skriva eller dela något själv. Detta i likhet med den ytliga religiositet som Bobkowski och Pearce mötte på MySpace. När det kommer till självcensuren menade informanterna i Henrikssons studie att de kunde utröna en allmän inställning till troende som dumma genom att läsa kommentarsfält till exempelvis kristna artiklar, men också i samtal med jämgamla. De intervjuade hade också många icke-religiösa vänner på Facebook och ansåg sig vara minoritetspersoner som medlemmar i mindre kristna församlingar.

Efter att ha gett en översikt på ämnet som ska studeras samt för hur Facebook fungerar vill jag nu gå vidare med att definiera och operationalisera de begrepp som används i studien.

1.5 BEGREPP

1.5.1 LIVSÅSKÅDNING

Begreppet livsåskådning har sedan Hedenius⁵⁴ formulerade sin definition diskuterats av många forskare.⁵⁵ Definitionerna som sedan dess gjorts har varit olika och man har haft svårt att nå begreppslig konsensus.⁵⁶ Enligt Mikel Lindfeldt, på Teologiska institutionen vid Åbo akademi i Finland, menade Anders Jeffner i sin definition från 1973 att livsåskådningsbegreppet har tre komponenter. I *Att förstå livsåskådningar – en metateoretisk analys av teologisk livsåskådningsforskning med anknytning till Anders Jeffners ansatser* sammanfattar Lindfeldt dessa:⁵⁷

- *Ett centralt värderingssystem.* En samling moraliska, etiska och politiska värderingar.

⁵⁴ Hedenius, I. *Att välja livsåskådning*. Stockholm: Bonniers, 1951.

⁵⁵ Ex. Bråkenhielm, C-R. (red.) *Aktuella livsåskådningar. D. 1 - Existentialism, marxism*. 3. oförändr. uppl. Nora: Nya Doxa, 1992., Hartman, S G. *Barns tankar om livet*. Stockholm: Natur och kultur, 1986. och Kurtén, T. *Bakom livshållningen: Studier i moderna livsåskådningar och deras begreppsliga förutsättningar*. Åbo: Åbo Akademi, 1997.

⁵⁶ Lindfeldt, M. *Att förstå livsåskådningar – en metateoretisk analys av teologisk livsåskådningsforskning med anknytning till Anders Jeffners ansatser*. Skockholm: Elanders Gotab, 2003, 19.

⁵⁷ Lindfeldt, 2003, 57f.

- *En grundhållning till tillvaron.* Tonen i en människas grundläggande förhållningssätt till verkligheten.
- *En kognitiv komponent.* ”Trossatser” eller teoretiska övertygelser som influerar det centrala värderingssystemet och grundhållningen.

Gunnar J. Gunnarsson skriver i *Livet tillfrågas – teoretiska förutsättningar för en livsfrågeorienterad religionsundervisning* om hur Sven Hartman anpassar Jeffners teoretiska och kognitiva definition till sin forskning kring barns livsåskådning och livsfrågor.⁵⁸ Hartman gör en åtskillnad mellan livsåskådning i bemärkelsen en given religiös eller politisk lära och en personlig livsåskådning så som man finner den i funktion hos en person. Den personliga livsåskådningen kan förvisso vara påverkad av en livsåskådningstradition, men den säger snarare något om den enskilde individens sätt att förhålla sig till och förstå tillvaron. Hartman menar således att alla människor på ett eller annat sätt har en personlig livsåskådning. En definition som är individbaserad och funktionell. Funktionell⁵⁹ i och med att fokus ligger på hur livsåskådningen kommer till uttryck hos den enskilda individen och individbaserad⁶⁰ då den är personlig och inte måste kopplas till någon livsåskådningstradition.

Då man i livsåskådningsforskning haft problem att komma till konsensus med definitionen av begreppet livsåskådning har det således flera innebörder, två exempel har givits ovan. Jag ämnar i denna studie använda en pedagogisk tolkning av begreppet utifrån Hartmans definition. Min tolkning är att alla människor har en personlig livsåskådning, som man är mer eller mindre medveten om. Liksom Hartman anser jag att man bearbetar existentiella frågor och funderingar inom den personliga livsåskådningen och till denna för man också de svar man eventuellt finner.⁶¹ Den personliga livsåskådningen är således inte heller någon statisk hållning utan snarare dynamisk och som utvecklas genom livet. Livsåskådningen är följaktligen ett sätt att tolka och leva livet; ”en beteckning för personers strävan att göra tillvaron begriplig och förhålla sig till den”⁶² Livsåskådningarna kan sedan kategoriseras under olika benämningar som ateistiska, agnostiska, kristna osv. I dessa finns sedan vissa livsåskådningstraditioner som existentialism eller protestantism. I denna studie har

⁵⁸ Gunnarsson, G J. Från livsåskådning till livstolkning – om 37 religionspedagogisk begreppsutveckling. I *Livet tillfrågas: teoretiska förutsättningar för en livsfrågeorienterad religionsundervisning*, Gunnarsson, G J., Grönlén Zetterqvist, K. & Hartman, S G., 37-82. Stockholms universitet, Stockholm, 2009, 46f.

⁵⁹ Lindfeldt, M. *Att förstå livsåskådningar – en metateoretisk analys av teologisk livsåskådningsforskning med anknytning till Anders Jeffners ansatser*. Skockholm: Elanders Gotab, 2003, 25ff.

⁶⁰ Lindfeldt, 2003, 39f.

⁶¹ Gunnarsson, 2009, 58f.

⁶² Gunnarsson, 2009, 73.

paraplybegrepp som *ateism*, *agnosticism*, *judendom*, *kristendom* och *islam* använts för att kategorisera och rymma så många personliga livsåskådningar som möjligt.⁶³

Även om Hartman på senare år övergått till att istället använda begreppet *livstolkning* istället för personlig livsåskådning kommer jag att använda livsåskådning eftersom jag anser att detta begrepp är mer känt hos gemene man än livstolkning som benämning för personlig livsåskådning.⁶⁴ Livsåskådning är ett begrepp som unga troligen stöter på i undervisningen i religionsvetenskap då det förekommer flera gånger i läroplanen från 2011.⁶⁵ Det är därför ett begrepp som många känner till och därför kan tolka i en enkät i jämförelse med begreppet livstolkning som jag anser inte är lika väl förankrat hos allmänheten då det är ett nyare begrepp som inte använts under en längre tid.

1.5.2 RELIGIÖSA OCH RELIGIÖS ÅSIKT

I enkäten har begreppet *religion* och *religiös åsikt* använts som paraplybegrepp för de olika varianter av religiositet och icke-religiositet som finns.⁶⁶ Detta för att nå ett så brett spektrum av personer som möjligt. Ordet *tro* valdes bort i alla frågor utom en av samma anledning, eftersom det dels kopplas till ortodoxa traditioner mer än otropratiska⁶⁷, men också kopplas till en syn på religion som något individuellt och subjektivt.⁶⁸ För att därför inte med begrepp utesluta vissa grupper ur undersökningen kommer inte *tro* att användas. Därför kommer också judar, kristna och muslimer som grupp i fortsättningen hänvisas till som *de religiösa*.⁶⁹ Detta trots de negativa konnotationer som kopplas till ordet eftersom jag anser att det faktiskt är det bästa ordet att använda till denna grupp. Jag vill dock att man bortser från dessa negativa konnotationer och fokuserar på ordets enkla betydelse vilket jag menar är personer som anser sig själva ha en religion i ortopraktisk och/eller ortodox mening.

⁶³ Jfr 1.5.2 Religiösa och religiös åsikt.

⁶⁴ Gunnarsson, G J. Från livsåskådning till livstolkning – om 37 religionspedagogisk begreppsutveckling. I *Livet tillfrågas: teoretiska förutsättningar för en livsfrågeorienterad religionsundervisning*, Gunnarsson, G J., Grönlien Zetterqvist, K. & Hartman, S G., 37-82. Stockholms universitet, Stockholm, 2009, 73.

⁶⁵ Skolverket. *Läroplan, examensmål och gymnasiegemensamma ämnen för gymnasieskola 2011*. Stockholm: Skolverket, 2011, 137.

⁶⁶ Jfr 1.5.1 Livsåskådning.

⁶⁷ Andersson, D. & Sander, Å. *Det Mångreligiösa Sverige: Ett landskap i förändring*. Lund: Studentlitteratur, 2009, 52.

⁶⁸ Andersson & Sander. 2009, 112f.

⁶⁹ Se även 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook.

Att definiera religion i denna studie känns överflödigt då begreppet inte används mer än i någon fråga i enkäten. Det finns inte heller några operationella skäl till detta, därför väljer jag att avstå.

1.5.3 TERMER FÖR OPERATIONALISERING

Isolering: En ökad isolering innebär att de åsikter och nyheter en person tar del av huvudsakligen är från källor vars åsikter är i linje med personens egna värderingar. Religiös isolering är således att en person tar del av religiösa åsikter, uttryck och nyheter som huvudsakligen är från källor vars religiösa ståndpunkt är i linje med personens egna.

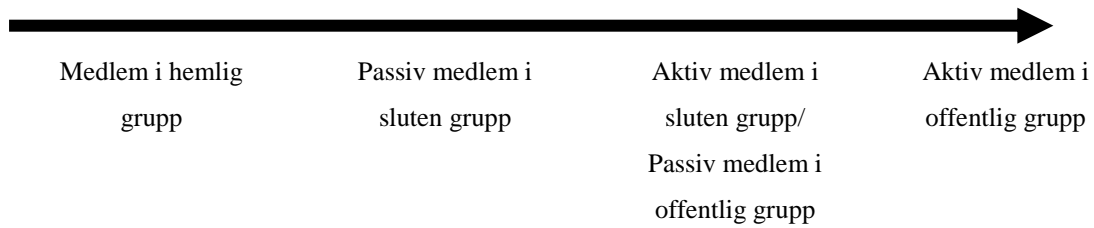
Uttryck på Facebook: Skriva/dela egna, dela andras eller gilla andras statusuppdateringar, bilder, videos eller länkar. Detta så att uttrycken hamnar i personens vänners nyhetsflöden. Att vara aktiv eller passiv medlem i öppna, slutna eller hemliga grupper.

Internettroll: Internettroll, oftast bara kallade troll, är personer som skriver i syfte att provocera fram känslomässiga svar, gräl eller utdragna ofruktbara diskussioner som inte leder någon vart.

Självzensur: Att skriva egna eller dela eget innehåll innebär en lägre grad av självzensur, medan att gilla andras uttryck en högre grad av självzensur där delandet av någon annans uttryck hamnar mittemellan. Om personen definierar sig som religiös och valt att fylla i sin religiösa tillhörighet under rubriken ”religion” i sin profil på Facebook visar på en lägre grad av självzensur än om personen valt att inte fylla i detta.

Facebook har tre sekretessnivåer för grupper.⁷⁰ Att vara aktiv eller passiv medlem i offentliga, slutna eller hemliga grupper utgör olika grad av självutlämnande. Att göra eller kommentera inlägg i slutna eller hemliga grupper genererar inte någon nyhet i vänners nyhetsflöde, om inte vännen själv är med i gruppen. Att vara medlem i en offentlig eller slutna grupp syns i ens profil, medan medlemskap i en hemlig grupp endast syns för de som är medlemmar. Således finns en skala av självutlämnande i grupper som återfinns i figur 1 som jag sammanställt på nästa sida.

⁷⁰ Facebook. Vilka är sekretessalternativen för grupper? 2015. <https://sv-se.facebook.com/help/220336891328465>



Figur 1. Ökande grad av självutlämnande

Uttryck för livsåskådningar: *Uttryck på Facebook* som formulerar eller symboliserar en religiös eller icke-religiös ståndpunkt eller åsikt.

Icke-religiös: Personer som definierar sig som ateister eller agnostiker.

Efter att ha lagt den teoretiska grunden till studien vill jag nu gå vidare till att förklara hur jag tänkt gå tillväga rent metodmässigt för att samla in studiens empiri. Jag börjar med att klargöra min metodiska ansats för att sedan gå in på mixed methods, enkät och fenomenologisk reduktion. Efter detta klargör jag mitt urval, avgränsningar, hur jag gått tillväga, etiska överväganden och slutligen reliabilitet och validitet.

1.6 METOD OCH MATERIAL

1.6.1 METODISK ANSATS

Dag Ingvar Jacobsen, norsk professor vid Universitetet i Agder, menar att det finns olika bakomliggande avsikter bakom en empirisk undersökning. Gemensamt för dem alla är syftet att skaffa fram kunskaper. I *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* skriver han om två olika slag av ny kunskap.⁷¹

- Kunskap i form av helt ny kunskap
- Kunskap som har som mål att utveckla och förfina existerande kunskap.

Då denna deskriptiva studie främst är av deduktiv art och bygger på tidigare forskning kring Facebook och religiositet på sociala medier, är det främst kunskap som är till för att utveckla och förfina redan existerande kunskaper som är målet med studien. Denna typ av kunskap kan

⁷¹ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 15.

förstås också innebära ny kunskap då man genom att utgå från teorier undersöka verkligheten och förstå den på ett nytt sätt, det vill säga ett sätt som ingen tidigare sett på den och på så sätt nå ny kunskap. Den deduktiva datainsamlingen innebär enligt Jacobsen att forskaren utgår från vissa teorier eller forskning innan denne samlar in datamaterial. Forskaren har på så sätt skapat sig vissa förväntningar på hur världen ska se ut innan den ger sig ut och samlar in empiri. Detta är till motsats till den induktiva ansatsen, där forskaren istället går ut i verkligheten utan förväntningar och samlar in all relevant information som finns, innan den sätter sig ned och systematiserar den. Den induktiva ansatsen kan kallas ”från empiri till teori” medan den deduktiva kan kallas ”från teori till empiri”.⁷²

Denna definition av vad en deduktiv studie är kan troligen uppröra den vane forskaren. Deduktion i sin rena form kräver inte empiriskt material utan härleds snarare direkt från teorin, vanligt använd inom matematiken där man kan dra slutsatser utifrån axiom, definitioner och satser. Jag skulle dock vilja citera Alan Bryman i *Social research methods* där han skriver: ”To a large extent, deductive and inductive strategies are possibly better thought of as tendencies rather than as a hard-and-fast distinction”.⁷³ Ofta är inte studier helt rena deduktiva eller induktiva, utan har snarare, som citerat ovan, deduktiva eller induktiva *tendenser*. Det är i denna form jag anser att man ska förstå Jacobsens användning av deduktion.

Man kan också ställa sig frågan om det går att finna svar om samhällsfenomen eller om olika personer kommer att uppfatta samma fenomen på olika sätt och att det på så sätt inte finns någon enhetlig kunskap att finna. Barmark och Djurfeldt beskriver denna hållning till kunskap som relativistisk.⁷⁴ Med utgångspunkt i denna hållning kan man också undra om det ens är värt att försöka ta reda på något om den värld vi lever i. Hamnar man i den ände där man anser att all kunskap och alla beskrivningar av verkligheten har exakt samma värde och giltighet så kallas man extremrelativistisk. Många skulle dock hävda att det i vissa fall finns verklighetsbeskrivningar som är bättre och sämre. På vilka grunder kan man då hävda det? Intersubjektivitet innebär att även om det inte finns någon objektiv kunskap så finns det beskrivningar av den som många kan enas kring. Om fyra personer ställs i en ring runt en

⁷² Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 34f.

⁷³ Bryman, A. *Social research methods*. 4. uppl. Oxford: Oxford University Press, 2012, 27.

⁷⁴ Barmark, M. & Djurfeldt, G. *Statistisk verktygslåda: att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur, 2015, 3.

staty kommer alla att ha olika beskrivningar och bilder av hur statyn ser ut från deras perspektiv. Samtidigt kommer det också finnas egenskaper som de enas kring att statyn har, exempelvis vilket material den är gjord av eller ungefär hur hög den är. Dock är det svårt att ställa personer och be dem avgöra hur utbredd isolering av religiösa personer på Facebook är. Det är frågor som endast kan besvaras genom att ställa samma typer av frågor till ett stort antal personer, genom exempelvis en enkätundersökning. När det sedan kommer till hur olika personer upplever Facebook som social plattform för religiösa uttryck kan man titta på de olika beskrivningarna och hitta essensen i upplevelsen genom fenomenologisk reduktion⁷⁵.

Innan jag går in på hur jag ämnar använda enkät och fenomenologisk reduktion i insamling och analys av datamaterial vill jag beskriva vad mixed methods är och vilka som är dess fördelar.

1.6.2 MIXED METHODS

Denna studie använder sig av *mixed methods*, alltså en blandning av kvantitativ och kvalitativ metod. John Creswell beskriver i *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* olika typer av mixed methods. Den som används i denna studie kallar han för *Concurrent Mixed Method*, vilket innebär att den kvalitativa och kvantitativa datan samlas in vid samma tillfälle.⁷⁶ Alternativt hade man kunnat göra en enkätundersökning först för att sedan följa upp med en intervjustudie i ljuset av det resultat man fått från enkäten. Den stora svagheten med den metoden är att den är tidskrävande då datainsamling sker vid två olika tillfällen. En studie med mixed methods blir djupare än en kvantitativ undersökning där nyanser inte plockas upp och den blir också bredare än en kvalitativ undersökning som når färre personer vilken inte kunnat ge några starkare befog för den isolering som studien ämnar ge ökad förståelse kring. Detta i enlighet med hur Fejes och Thornberg beskriver fördelarna med mixed methods i *Handbok i kvalitativ analys*.⁷⁷ Genom en strukturerad enkätundersökning kan man hitta mönster och tendenser. Då det också är i studiens intresse att veta hur religiösa personer upplever Facebook som plattform för att uttrycka sin religiösa identitet, har kommentarsfält lämnats för respondenterna på varje sida. Detta för att fånga upp nyanser som inte en ren enkätundersökning kan nå i sitt standardiserade format. Genom dessa

⁷⁵ Jfr 1.6.4 Fenomenologisk reduktion.

⁷⁶ Creswell, J. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California, USA: SAGE Publications, 2009, 14f.

⁷⁷ Fejes, A. & Thornberg, R. *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber, 2012, 19f.

kan respondenterna uttrycka sina tankar kring de frågor som enkäten ställer. Detta är också ett sätt att nå ökad reliabilitet, genom att se om respondenternas kommentarer hänger ihop med de svar de lämnat i enkäten. Genom kommentarsfälten kan respondenterna även lämna kritik till enkäten om de anser frågorna vara dåliga eller bra. I slutet av enkäten lämnades ett fält för respondenterna att lämna sina mailadresser eller telefonnummer för eventuell vidare telefonintervju.

1.6.3 ENKÄT

Att göra en webbenkät har två stora fördelar enligt Barmark och Djurfeldt. Den ena är den ekonomiska; det är billigt och lätt att nå ut till många respondenter om man har tillgång till deras mailadresser eller liknande. Den andra är att det är tidseffektivt; man slipper koda in enkäterna i det statistikprogram man tänkt använda, detta sker istället automatiskt.⁷⁸ I utformandet av enkäten har *Statistisk verktygslåda: att förstå och förändra världen med siffror* varit behjälplig.⁷⁹ Även Noelle-Neumanns förslag för vidare studier med tystnadsspiralen har tagits i beaktning i utformandet av frågorna.⁸⁰ Frågeformuleringen har delvis utgått från Tomas Tuomas studie som också använde tystnadsspiralen för att analysera åsiktpolarisering på Facebook.⁸¹ Frågorna i den studien är på så vis testade och har visat sig givande. För att passa denna studies syfte har de ändrats något då några frågor har tagits bort och några har lagts till.

Jag har försökt hålla enkäten så kort som möjligt. Dels är det lättare att motivera respondenter att ta sig tid att svara på en kort enkät, dels kommer svaren att vara mer noggrant övervägda – vilket bäddar för högre reliabilitet.⁸² De enklare och mer neutrala frågorna har placerats i enkätens början och slut och de som kan anses känsligare i mitten.

Genom att börja med mer neutrala frågor lockar man respondenten att komma igång med kryssandet och minskar därmed risken för bortfall på de känsligare frågorna (eller enkäten i sin helhet)⁸³

⁷⁸ Barmark, M. & Djurfeldt, G. *Statistisk verktygslåda: att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur, 2015, 82f.

⁷⁹ Barmark & Djurfeldt, 2015.

⁸⁰ Noelle-Neumann, E. *The spiral of silence: public opinion, our social skin*. 2. uppl. Chicago: University of Chicago Press, 1993, 200f.

⁸¹ Tuoma, T. *Social isolering: En studie om åsiktpolarisering och normativ press i sociala medier*. Kandidatuppsats. Umeå Universitet, 2014.

⁸² Barmark & Djurfeldt, 2015, 67.

⁸³ Barmark & Djurfeldt, 2015, 68.

Neutrala frågor placeras också i slutet för att respondenten inte ska avsluta med känsliga frågor och på så sätt känna sig utelämnad, vilket också innebär en risk för bortfall. Genom enkäten har jag försökt upprätthålla en röd tråd innehållsmässigt för att ytterligare underlätta för respondenten. Innan enkäten skickats ut har den också testats av facebookanvändare med olika religiös bakgrund som inte är del av den totala studien. Jacobsen lyfter de fyra vanligaste problemen vid frågeformulering⁸⁴, dessa har jag aktivt försökt undvika på följande sätt.

- *Ledande frågor.* Jag har försökt ställa frågorna i neutral ton där ingen värdering lagts in. Svartalternativen ges ingen värderande ton heller, till exempel att de uppfattas som positiva eller negativa.
- *Ledande frågekontext.* Enkäten har inte försökt sätta respondenten i en viss psykologisk kontext. Vissa frågor har ställts innan frågorna om självzensur, för att undvika en viss stämning när dessa svaras på.
- *Oklara frågor.* Konkretisering av frågorna med hjälp av stödtext under vissa frågor finns för att hjälpa respondenten kring hur den ska förstå frågan. Ordet livsåskådning har parats ihop med religiös åsikt för att undvika missförstånd då det eventuellt kan uppfattas som ett ovanligt ord.
- *Dubbla frågor.* Frågor som innehåller två frågor har undvikits genom att ställa så rättframma frågor/påståenden som möjligt. Det gäller också frågor med dubbla negationer.

Då vissa frågor varit omöjliga att svara på för ateister eller agnostiker, exempelvis frågor om religiösa uttryck, har de respondenter som fyllt i någon av dessa alternativ under frågan om livsåskådning automatiskt fått hoppa över ett antal frågor.⁸⁵ I slutet av varje sida har ett kommentarsfält lämnats till respondenterna ifall de har kommentarer till någon eller flera av de frågor och påståenden som behandlats på sidan. Då Google Formulär gör kommentarerna till numrerade frågor i formulären och inte som integrerad kommentar till varje fråga, så lades ett kommentarsfält i slutet av varje sida istället för efter varje fråga. Detta för att enkäten inte skulle upplevas som dubbelt så lång och därmed tappa respondenternas intresse.

⁸⁴ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 445f.

⁸⁵ Se Bilaga 1 – Enkät.

1.6.4 FENOMENOLOGISK REDUKTION

Kommentarerna i enkätens kommentarsfält analyseras med fenomenologisk metod. Kvale och Brinkman beskriver begreppet fenomenologi i kvalitativa studier:

Generellt är fenomenologi i kvalitativa studier en term som pekar på ett intresse av att förstå sociala fenomen utifrån aktörernas egna perspektiv och beskriva världen som den upplevs av dem enligt antagandet att den relevanta verkligheten är vad människor uppfattar att den är.⁸⁶

I fenomenologin är objektivitet eftersträvansvärt och ett uttryck för trohet mot de undersökta fenomenen. Fenomenologisk reduktion innebär att man väljer att sätta sina förkunskaper inom parentes och inte fälla något omdöme om en upplevelses innehåll, för att komma fram till en så objektiv beskrivning av dess essens som möjligt. Fenomenologin söker kunskap om människors livsvärld, det vill säga hur människor upplever vardagslivet oberoende av förklaringar. Den är således öppen för hur människor upplever livsvärlden och prioriterar exakta beskrivningar och den söker efter bestående essentiella meningar i beskrivningarna.⁸⁷ Då studiens syfte delvis är att ta reda på hur religiösa personer *upplever* Facebook, anses den fenomenologiska metoden bäst lämpad för den kvalitativa analysen.

Den metod som kommer att användas i analysen av kommentarerna är byggd på den form av fenomenologisk reduktion som Kvale och Brinkman beskriver i fem steg utvecklad av Giorgi:⁸⁸

1. Först läser forskaren igenom svar och kommentarer med ett öppet sinne för att få en känsla av helheten. Kommentarer läses blandade med andra kommentarer.
2. Därefter delas texten och kommentarerna in i meningsbärande enheter, varje enhet har separat relevans. ”Meningsenheterna” i texten beskrivs så som de uttrycks av respondenten. I detta skede läses kommentarerna av de olika respondenterna tillsammans med respondentens hela enkätsvar så en tydligare synvinkel eller personlig vinkel blir tydligare.
3. Forskaren formulerar sedan de olika teman som dominerar meningsenheterna och kondenserar till enkla uttalanden utifrån respondenternas synvinkel som de uppfattas av forskaren.

⁸⁶ Kvale, S. & Brinkman, S. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 2009, 42.

⁸⁷ Kvale & Brinkman, 2009, 68.

⁸⁸ Kvale & Brinkman, 2009, 221ff.

4. Forskaren ställer frågor till texten utifrån studiens syfte.
5. Större generella teman skapas sedan av de olika subteman som framkommit.

Då jag har att göra med mest kortare kommentarer och inte längre texter, kommer jag inte att dela in kommentarerna i mindre enheter. Jag hoppar därför över den del av steg 2 som innebär att skapa meningsenheter av längre stycken. I övrigt ämnar jag följa de fem stegen av fenomenologisk reduktion som anges ovan.

1.6.5 URVAL

I urvalsprocessen har hänsyn tagits till både kvalitativa och kvantitativa metoder. När man gör en kvantitativ undersökning vill man vanligtvis kunna dra slutsatser kring en population (i det här fallet religiösa facebookanvändare i Sverige). För att man ska kunna göra det bör man använda ett sannolikhetsurval, vilket innebär att alla individer i populationen ska ha samma sannolikhet att delta i undersökningen.⁸⁹ I sannolikhetsurval räknar man på förhand ut vilken mängd respondenter av den kända populationen som behöver delta. Hur många som behövs beror på hur säkert man vill att resultatet ska bli undersökningen, ju fler desto säkrare. Dessa väljs sedan ur populationen utifrån ett slumpmässigt kriterium som exempelvis var fjärde person eller alla som fyller år på dag 8, 18 och 28. Problemet är att populationens storlek i detta fall är osäker. Hur många judar, kristna och muslimer som finns i Sverige är inte känt eftersom man inte registrerar människors religiösa tillhörigheter. Den statistik som finns har nämnden för Statligt Stöd till Trossamfund (SST), där man har ungefärliga siffror på hur många registrerade medlemmar som finns i de olika trossamfund.⁹⁰ Dock engagerar inte alla religiösa sig i religiösa organisationer och Svenska Kyrkans medlemmar ingår inte bland dessa. Inte heller Facebook erbjuder någon form av sökmetod för att hitta exempelvis alla som angett sig själva som kristna i Sverige. Även om detta funnits så finns det säkerligen de som definierar sig som kristna men som valt att inte ange detta.

I situationer där sannolikhetsurval inte är möjliga eller för tidskrävande eller dyra menar Bryman i *Samhällsvetenskapliga metoder* att forskaren istället kan använda sig av så kallade bekvämlighetsurval.⁹¹ Ett bekvämlighetsurval är precis som det låter, ett urval som görs på bekvämlighetsbasis. Nämligen de personer som finns tillgängliga för forskaren på ett eller

⁸⁹ Bryman, A. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber AB, 2009, 183.

⁹⁰ Nämnden för Statligt Stöd till Trossamfund. Statistik 2013. 2013.

<http://www.sst.a.se/statistik/statistik2013.4.2221f657149ccb048e3446f5.html>

⁹¹ Bryman, 2009, 194ff.

annat sätt. För att en studie ska vara effektiv är det viktigt att noga tänka igenom vilken grupp som faktiskt är relevant att undersöka. Barmark och Djurfeldt understryker detta så att inte tid och resurser läggs på att samla in enkäter från grupper som inte är relevanta i relation till frågeställningen.⁹² Detta kan förenas med den typ av urval som man oftast gör vid kvalitativa undersökningar, nämligen ett ändamålsorienterat urval. Man väljer således ut de enheter som man tror kan ge den mest intressanta informationen för att belysa den problemställning man valt.⁹³ Av denna anledning bör Facebook vara den bästa plattformen för att nå facebookanvändarna vars upplevelser denna studies ämnar beskriva. När man gör ett ändamålsenligt urval finns dock risken att urvalet blir snett och således inte representativt för en population vilket medför att generaliserbarheten försvinner. Dock är inte studiens syfte att generalisera för en hel population utan att snarare försöka förstå fenomenet isolering på Facebook och hur religiösa kan uppleva Facebook som en plattform för att uttrycka sin religiösa identitet. Genom att göra ett stort urval kan mönster hittas, utan att för den sakens skull vara generaliserbara på en hel population. Man kan förstås argumentera för att en studie *sannolikt* är representativ, men det går inte att bevisa.⁹⁴

Att nå religiösa personer via Facebook görs bäst genom religiösa *facebook-grupper*⁹⁵. Detta eftersom religiösa (men även icke-religiösa) personer samlas i dessa grupper kring exempelvis intresset shia-islam. Då Facebooks sekretessinställningar gör det omöjligt att söka och hitta individer utifrån religiös tillhörighet är dessa grupper en bra utgångspunkt. De som är med kan ha ansökt om medlemskap själva eller blivit tillagda av en vän som redan är medlem. Grupperna hittar man genom att söka i sökfältet och göra en specifik sökning på grupper. Exempelvis gav sökningen ”muslimer” träffar där bland annat gruppen *Sveriges Shiamuslim* ingick, en av de grupper som ingår i studien. De grupper man som utomstående hittar är antingen offentliga eller slutna grupper. De hemliga grupperna kan bara hittas av de som redan är medlemmar och medlemskap erhålls via inbjudan av redan tidigare medlem eller administratör. Personer som endast är medlemmar i hemliga religiösa grupper kan uppfattas på den lägsta graden av självutlämnande, medan de som är medlemmar i slutna eller öppna

⁹² Barmark, M. & Djurfeldt, G. *Statistisk verktygslåda: att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur, 2015, 42.

⁹³ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 211.

⁹⁴ Jacobsen, 2002, 269.

⁹⁵ Facebook-grupper gör det lätt att interagera med särskilda grupper av personer, som t.ex. familj, lagkamrater eller medarbetare. Grupper är privata utrymmen där en kan dela uppdateringar, foton eller dokument och skicka meddelanden till andra gruppmedlemmar.

grupper är i högre grad självutlämnande.⁹⁶ De grupper som är med i studien är alla slutna då inga öppna religiösa grupper hittats. Icke-religiösa användare har nåtts genom slumpmässigt valda sekulära grupper⁹⁷ med olika intresseområden. De användare som endast är medlemmar i eventuella hemliga grupper försöks nås med en variant av bekvämlighetsurvalet snöbollsurval.⁹⁸ Genom att be medlemmar i de slutna grupperna skicka enkäten vidare till personer de tror skulle vara intresserade av studien och som inte är medlemmar i utgångsgruppen. Forskaren sätter således en snöboll i rullning som rullar vidare från informant till informant och växer i takt med detta. Det skulle dock innebära att det då är respondenterna som avgör vilka som kan uppfattas som intressanta för studien, dessutom skulle det kunna innebära att det bara är en viss typ av person som svarar på enkäten. Dock är detta risken med alla undersökningar, att de som inte svarar på enkäten tycker helt olika än de som svarar. Jacobsen anser att det finns en risk att snöbollen stannar och att man därför inte kommer vidare i undersökningen om spridningen avstannar.⁹⁹ Genom att kombinera snöbollsmetoden med att publicera enkäten i olika grupper kan man nå personer som annars varit omöjliga att nå (de med låg självutlämning) samt en bredare och större mängd personer som är relevanta för studien.

1.6.6 TILLVÄGAGÅNGSSÄTT

Enkäten utformas med Google Formulär som är en del av den kostnadsfria Google Drive, vilket är Googles onlinetjänst för dokumenthantering.¹⁰⁰ Den distribueras via Facebook genom religiösa grupper som jag anser relevanta och slumpvis valda sekulära grupper. Grupperna där enkäten delas är *Sveriges Shiamuslimmer*, *Sveriges Muslimer*, *Bönegrupp*, *Kristna Feminister*, *Judiska Centret i Lund*, *Judiska Församlingen i Malmös Vänner*, *Judiska Föreningen i Umeå*, *Bilar, fordon och tillbehör till salu* och *Lärostudenter i Umeå*.

Vissa av grupperna är geografiskt bundna och relativt små, vilket tagits i beaktning för att försöka öka den geografiska spridningen av enkätsvaren. *Bilar, fordon och tillbehör* samt *Lärostudenter i Umeå* har valts slumpmässigt som sekulära grupper där ickereligiösa

⁹⁶ Jfr Figur 1.

⁹⁷ Grupper som inte har någon uttalad religiös profil som samlar användare kring ett gemensamt intresseområde eller sak.

⁹⁸ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 201f.

⁹⁹ Jacobsen, 2002, 201.

¹⁰⁰ Google. Skapa fina formulär: Samla och ordna mycket information med Google formulär. Gratis. *Formulär*. 2015. <https://www.google.se/intl/sv/forms/about/>

användare kan nås med olika geografisk bakgrund. Alla grupper är slutna, vilket innebär att en måste ansöka för att kunna ta del av och själv dela saker i gruppen. Därför har jag skickat en ansökan om medlemskap till grupperna och ett privat meddelande har skickats till gruppernas administratörer där syftet med ansökan presenterats och där jag även bett om tillstånd att dela enkäten i gruppen.

Efter 7 dagar hade 273 enkätsvar samlats in. Google Formulär är kopplat till tjänsten Google Kalkylark, vilket innebär att alla enkätsvar automatiskt överförs till ett webbaserat kalkylark. Kalkylbladet laddades ned och öppnades med SPSS för statistisk behandling. Kommentarena som är kopplade till olika respondenter analyseras med hjälp av fenomenologisk metod som beskrivits i 1.6.4 Fenomenologisk reduktion.

1.6.7 AVGRÄNSNINGAR

I studien undersöks icke-religiösa och religiösa vuxnas upplevelse av Facebook. Den religiösa gruppen har begränsats till de abrahamitiska religionerna judendom, kristendom och islam. Detta för att effektivisera spridningen av materialet samt för att de effekter som eventuellt buddhister haft på materialet hade varit litet om man tänker sig en kvotfördelning av respondenterna. Det finns möjlighet för personer av annan religiös tillhörighet att göra enkäten, dock kommer dessa svar inte att räknas in i den statistiska analysen, men deras kommentarer kan lyftas i den innehållsliga analysen. Detta eftersom det då bli tydligt att det är en person av annan religiositet som beskriver, vilket det inte är i en statistisk analys. Endast personer över 18 år kommer att vara del av studien, då forskning på barn kräver samtycke från vårdnadshavare. Detta försvårar och komplicerar enkelheten och effektiviteten av enkäten till den nivå att det är svårt att motivera de tillägg som krävs.

1.6.8 ETISKA ÖVERVÄGANDEN

I anslutning till studien har etiska överväganden gjorts. Dessa berör de forskningsetiska grundprinciperna; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet.¹⁰¹ För att möta dessa krav utarbetades en informationstext som täcker in grundprinciperna som publicerades tillsammans med enkäten i de olika grupperna.¹⁰² Av texten framgår studiens syfte, vem som är ansvarig, varför och hur deltagare valts ut och hur

¹⁰¹ Vetenskapsrådet. Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning.

<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

¹⁰² Se Bilaga 2.

resultaten ska användas (informationskravet). Vidare framgår att ingen utomstående kommer att kunna identifiera deltagarna (konfidentialitetskravet), samt att deltagandet är frivilligt och att det är möjligt att när som helst avbryta sitt deltagande (samtyckeskravet). Texten avslutas med att informera om att den information som erhålls i studien enbart får användas till denna studies syfte (nyttjandekravet).

Då respondenter ombeds uppge sitt telefonnummer eller mailadress i slutet av enkäten för att delta i telefonintervju och enkäten behandlar personers religiösa uttryck på Facebook, har en jurist vid Datainspektionen konsulterats. I samråd med denne har enkäten utökats med ett godkännande av samtycke för personer som lämnar sina telefonnummer eller mailadress.

1.6.9 RELIABILITET OCH VALIDITET

När det kommer till tillförlitlighet (reliabilitet) och giltighet (validitet) i en mixed method-studie måste man se till de kriterier som gäller för kvantitativa metoder, kvalitativa metoder och mixed methods. De som har att göra med mixed methods är framförallt urval (grupper och storlek) och om den insamlade datan svarar på de frågor som ställs i studien.¹⁰³

Jacobsen menar att den interna giltigheten behandlar huruvida man i kvantitativa studier mäter det som ska mätas, det vill säga om de frågor som finns i enkäten ger svar på studiens problem.¹⁰⁴ Detta har dels säkerställts som tidigare nämnts¹⁰⁵ genom att använda Tuomas enkätfrågor som mall, då också han använt sig av tystnadsspiralen men undersökt ett annat fenomen (feminism). Dessa har senare ändrats till att behandla religion för att passa denna studie bättre. Definition och operationalisering av begrepp har också gjorts i förhållande till tidigare forskning i forskningsöversikten. Genom att göra denna konkret och tydlig minskar avståndet mellan de teoretiska begreppen och den praktiska verkligheten som avses undersökas. Att dessutom ställa flera frågor om samma begrepp/problem fångas nyanser och olika tolkningar av begreppet som annars riskerat att missas om man bara ställt en fråga.¹⁰⁶

¹⁰³ Cresswell, J. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California, USA: SAGE Publications, 2009, 220.

¹⁰⁴ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 21.

¹⁰⁵ Jfr 1.6.3. Enkät.

¹⁰⁶ Jacobsen, 2002, 422.

Det ska även tilläggas att en annan bild hade kunnat framträda om studien fokuserat på en särskild religion eller ett trossamfund. Dock är det religiositeten i Sverige i stort som är fokus i denna studie och fördelningen av religiös tillhörighet bland respondenterna i studien stämmer förvånansvärt väl överens med den fördelning som finns bland religiösa i den statistik man hittar på SST.¹⁰⁷ Noterbart är att gruppen Sveriges Shiamuslimer inte bara har shiamuslimska medlemmar, utan även sunnitiska muslimer finns med i gruppen. Vilka av dessa som valt att svara på enkäten vet man inte. Vilka skillnader som eventuellt finns mellan olika undergrupper i de olika religionerna när det kommer till facebookvanor är helt okänt och inte heller relevant när det kommer till studiens syfte. Det som är intressant är istället en upplevd majoritet eller minoritet i det egna nätverket.

Källornas närhet till och kunskap om fenomenet som undersöks är också av vikt när man avgör deras förmåga att ge riktig information.¹⁰⁸ Här anser jag att de källor som deltagit i studien är av högsta relevans då det är deras upplevelser som ska undersökas. Urvalet och metoden har utformats för att endast nå relevanta respondenter. Jacobsen lägger stor vikt vid information som kommer spontant från en uppgiftslämnare och från flera av varandra oberoende källor.¹⁰⁹ Jag kan hålla med om denna tonvikt då del genom av varandra oberoende källor kan bädda för variation av respondenter eller informanter, trots att det inte är fullt lika säkert som ett sannolikhetsurval. Spontan information innebär också att respondenten har något att säga och inte känner sig tvungen att berätta. Jag anser att detta ger källan högre trovärdighet då det den förmedlar inte är förvrängt eller framtvingat. Genom att respondenterna själva skriver ned sina svar och kommentarer undviks också problem med dataförlust vid överföring mellan olika medier.

Jacobsen menar genomgående att det bästa sättet att öka giltighet och tillförlitlighet i en kvalitativ studie är triangulering, det vill säga att man bland annat kontrollerar data och slutsatser genom att kombinera olika metoder.¹¹⁰ Detta anser även jag vara en stark motivation till att göra mixed methods-studier, då man kan jämföra kvalitativa och kvantitativa resultat och metoder för att fastslå ett säkert resultat.

¹⁰⁷ Nämnden för Statligt Stöd till Trossamfund. 2013.

¹⁰⁸ Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen* Lund: Studentlitteratur, 2002, 260f.

¹⁰⁹ Jacobsen, 2002, 262.

¹¹⁰ Jacobsen, 2002, 275.

1.7 DISPOSITION

Kapitel 1 inleds med en introduktion följt av syfte och frågeställningar. Uppsatsen syftar till att ge ökad förståelse kring isolering utifrån livsåskådning mellan judar, kristna, muslimer och icke-religiösa facebookanvändare. Studien ämnar beskriva hur upplevd minoritet eller majoritet påverkar hur benägen man är att uttrycka sina religiösa åsikter på Facebook. Vidare syftar studien till att ge inblick i hur religiösa facebookanvändare upplever Facebook som plattform för att uttrycka religiös identitet. Den teoretiska utgångspunkten är tystnadsspiralen skapad av Elisabeth Noelle-Neumann. För att undersöka detta har en blandad metod använts. Metoden består av en enkätstudie som genom stängda frågor samlar in kvantitativ data, samt kommentarssektioner för att samla data av kvalitativ karaktär.

Enkätens resultat analyseras i kapitel 2 genom både statistisk och innehållslig analys. Den statistiska analysen genomförs med statistikprogrammet SPSS. Där visar det sig att självutlämnande beteenden och självcensur påverkas av huruvida respondenterna upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt, samt att massmedias åsikter inte påverkar samma beteenden. Den innehållsliga analysen av kommentarssektionerna analyseras med fenomenologisk reduktion. Av denna framträder sju teman; *Facebook som nätverk utifrån livsåskådningsperspektiv, hårt diskussionsklimat, uppgivenhet kring diskussioner, rör upp känslor, massmedia och utifrånperspektiv, fördomar samt religion är politiskt.*

I kapitel 3 diskuteras resultatet av analysen utifrån frågeställningarna. Diskussionen behandlar isoleringen av religiösa och icke-religiösa, att den existerar och hur den påverkar religiösa och icke-religiösa facebookanvändare. Vidare diskuteras huruvida det är en persons nätverk som avgör hur benägen en facebookanvändare är att utlämna sin religiösa åsikt, snarare än den allmänna opinionen eller massmedia. Här diskuteras även hur kommunikationen mellan användare på Facebook ser ut och hur den upplevs.

I slutordet resonerar forskaren vidare kring kommunikationen via Facebook. Här ges också rekommendationer till facebookanvändare som vill undvika isoleringen av religiösa och icke-religiösa.

2. ANALYS

2.1 BAKGRUND - VARFÖR FACEBOOK?

Förutom de rent tekniska egenskaperna,¹¹¹ så är Facebook intressant också för den roll det sociala mediet spelar i människors vardagsliv idag. Svenska Dagbladet ägnar en hel serie med 12 artiklar på temat ”Vad vi gör på Facebook” och kallar den *Livet på Fejan*. I den första artikeln intervjuas Samuel Gosling, psykologiprofessor vid University of Texas.¹¹² Gosling beskriver hur Facebooks popularitet delvis beror på att det tillfredsställer människors grundläggande psykologiska behov av att hålla koll på sina sociala nätverk, men också grundläggande behov av att bli sedda av andra. Facebook har blivit ett verktyg för människor att i vardagen tillfredsställa rent evolutionära behov av socialt samspel, sidan är inte längre ett tillägg i livet utan en integrerad del av det. I en annan del av serien beskriver en kvinna att Facebook för henne är som ett fikarum:

För mig, ensamföretagare, är Facebook ett fikarum. Man tittar in på kafferasten, det är som ett besök på klubben. Man vet inte vilka som är där just då, som i levande livet, vilka som har intagit plats i fåtöljerna, framför öppna spisen och vilka som har precis gått.¹¹³

Hur man uppfattas på Facebook är viktigt och hur man framställer sig i sin profil kan inte skilja sig allt för mycket från det verkliga livet, för då kommer ens vänner att protestera.¹¹⁴

I en artikel i DN skriver Martin Gelin om Facebook efter att han besökt företaget på deras högkvarter i San Fransisco och deras årliga pressträff F8.¹¹⁵ I artikeln beskrivs Facebook som ett företag med informationsmonopol i USA, man har lika stort medialt inflytande som alla stora amerikanska tv-kanaler tillsammans. Gelin skriver om *nyhetsflödet*, den funktion som är en mix av socialt innehåll och nyheter. Nyhetsflödet är som tidigare beskrivits personligt och handlar främst om att förmedla innehåll som användaren gillar.¹¹⁶ Man presenterar ett av målen för nyhetsflödet; att bli ett slags nav för hela internets informationsflöde. Ett mål som man också verkar vara på väg mot, då bland annat New York Times och Washington Post ska börja publicera sitt innehåll direkt i Facebooks nyhetsflöde, istället för en länk tillbaka till sina

¹¹¹ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

¹¹² Lagerblad, A. Livet på Fejan. Idagsidan. *Svenska Dagbladet*. 2010-08-06. <http://www.svd.se/livet-pa-fejan>

¹¹³ ”För mig är Facebook som ett fikarum”. Idag Samtal. *Svenska Dagbladet*. 2010-09-01. <http://www.svd.se/for-mig-ar-facebook-ett-fikarum/om/idagsidan>

¹¹⁴ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

¹¹⁵ Gelin, M. Facebook har startat ett unikt informationsmonopol. Ekonomi. *Dagens Nyheter*. 2015-10-09.

<http://www.dn.se/ekonomi/facebook-har-skatpat-ett-unikt-informationsmonopol/>

¹¹⁶ Jfr 1.4.1 Web 2.0 och Facebook.

egna sajter. Facebook vill dock inte kommentera eller kännas vid något demokratiskt ansvar liksom nyhetsföretag axlat under århundraden, man menar att det är användarna själva som bestämmer vilket innehåll de vill ha.

Det går inte att bortse från den enorma makt och inflytande företaget har. Förutom sidan och appen Facebook har man också appen Messenger, vilken fungerar som ett kommunikationsmedel mellan vänner i mobiltelefonen, ungefär som sms, men då det går via mobilnät eller wifi är alla meddelanden gratis.¹¹⁷ Facebook blir således ett lätt och användbart sätt att kontakta sina vänner, även de vars telefonnummer man inte har – vilket krävs om en vill skicka ett sms.

Facebook spelar en signifikant roll i människors vardag, vilka nyheter de tar del av och hur de upplever världen. Av dessa skäl är Facebook intressant att studera då det är en viktig del av många människors liv, vare sig de är medvetna om detta eller inte.

Efter att ha presenterat bakgrunden kring Facebook ämnar jag nu fortsätta till den statistiska analysen av enkätundersökningen. I den statistiska analysen kommer först respondenterna presenteras. Därefter har analysen delats in i kategorier intressanta utifrån studiens teori och frågeställningar. Hur alla respondenter svarat på alla frågor i enkäten kommer inte att presenteras då detta inte skulle bidra med någon vidare intressant läsning och ett onödigt långt kapitel. Resultaten presenteras i form av stolp- och cirkeldiagram tillsammans med korstabelleringar. För att underlätta analysen har svarsalternativen 1-10 i påståendena omvandlats till 1-5 på följande sätt; 1-2->1, 3-4->2, 5-6->3, 7-8->4 och 9-10->5.

2.2 STATISTISK ANALYS

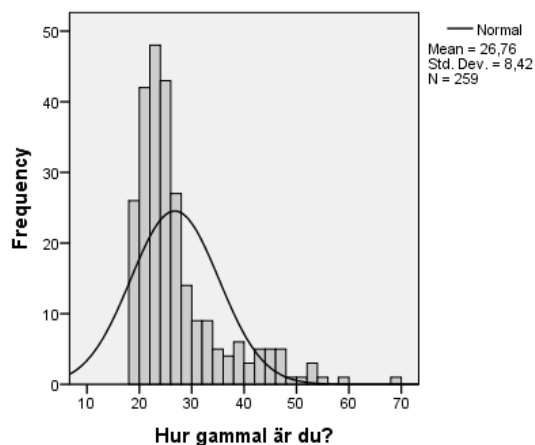
2.2.1 RESPONDENTERNA

Enkäten genererade 273 svar på 7 dagar genom Google Formulär. Alla enkätsvar överfördes löpande och automatisk till ett webbaserat kalkylark i Google Formulär. Detta kalkylark laddades ned och öppnades med SPSS för statistisk behandling.

¹¹⁷ Messenger. Features. 2015. <https://www.messenger.com/features>

Åldersfördelning

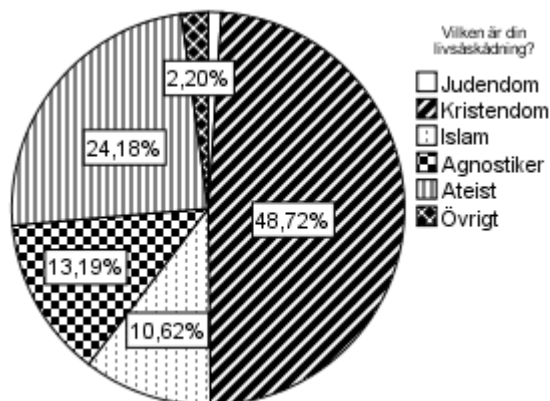
Respondenternas åldersfördelning presenteras i figur 2 på nästa sida. Medelåldern bland de som svarat ligger på 26,76 år, med en standardavvikelse på 8,42 år. Detta innebär att 68 % av de svarande ligger i ålderskategorin 18,3 - 35,2 år och 95 % av respondenterna återfinns i spannet 18 - 43,6 (9,9 - 43,6) år. Om man avläser diagrammet framgår det tydligt att de allra flesta som är med i studien är mellan 20 och 30 år gamla.



Figur 2. Åldersfördelning

Då unga under 18 år inte räknas till studien blir normalfördelningen något skev, man hade kunnat tänka sig att en mer normalfördelad kurva hade kunnat ta form om personer under 18 år deltagit i studien.

Fördelning av livsåskådningar



Figur 3. Fördelning livsåskådningar

Vad gäller fördelningen av livsåskådningar som återfinns i figur 3 är den kristna gruppen allra störst följt av ateister och agnostiker. Andelen religiösa i studien är 60,43 % där judar, kristna och muslimer räknas in. Av alla respondenter är 48,72 % kristna, 10,62 % muslimer och 1,09 % judar. Andelen icke-religiösa utgörs av grupperna ateister och agnostiker, där andelen ateister av alla respondenter är 24,18 % och 13,19 % är agnostiker. De som ingår i gruppen ”övrigt” har i analyser utifrån religiositet räknats som bortfall då dessa bland annat uppgett religiösa tillhörigheter som inte räknas in i studien, exempel på dessa är de som angett *natur*, *wiccan* samt *kopimist* som livsåskådning.

Fördelningen inom gruppen religiösa kan anses sned, dock kan man också se den som representativ av religiositeten i Sverige. Utgår man från den statistik Nämnden för statligt stöd till trossamfund är andelen kristna trossamfund ca 83 %, muslimska 14 % och judiska 1 %. I gruppen religiösa i studien utgör de kristna 80 %, muslimerna 18 % och judarna 2 %. Dessa siffror är förstått ungefärliga och inga exakta mått, men den religiösa fördelningen av studiens respondenter kan utifrån dessa mått anses representativ.

Könsfördelning

Andelen kvinnor som svarat är 73 % och andelen män 25 %. Personer som definierar sig som annat har bland annat skrivit *icke-binär transperson* och *transperson*. Precis som i andra studier är kvinnor de som i större utsträckning väljer att delta i forskning.¹¹⁸

Hur ofta man är inne på Facebook

När det kommer till hur ofta man loggar in på Facebook svarar 89 % att de loggar in flera gånger per dag och ytterligare 7 % att de loggar in en gång om dagen. 96 % av de svarande loggar således in minst en gång om dagen.

Några respondenter påpekade att frågan var konstigt formulerad, då de ansåg att de går in på Facebook flera gånger per dag, men loggar inte ut mellan gångerna. Frågan var förstått menad att undersöka hur många gånger per dag en person går in på sin Facebook. Dock verkar de allra flesta ha förstått frågan på det sätt som den var menad eller så loggar de aktivt in och ut flera gånger per dag, hur det än går till är dock irrelevant för studien.

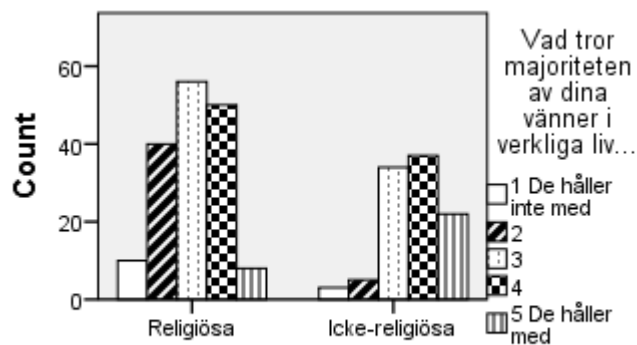
¹¹⁸ Se exempelvis Abalo, E. & Danielsson, M. *Digitalisering och social exklusion – Om medborgares användning av och attityder till Arbetsförmedlingens digitala tjänster* Växjö: Växjö University Press, 2008. samt Alberti, Å. & Gustafsson, L. *Betalningssättens påverkan på ehandelskonsumenters köpbeslut – en undersökning bland högskolestudenter*. Examensarbete 15 hp, Högskolan i Gävle, 2013.

Sammanfattning av respondenter

Den största gruppen som deltagit i studien är kvinnor och personer mellan 18-35 år¹¹⁹, vilka självmant valt att delta i studien. De som inte hörs i denna studie är således främst män i åldern 37 och uppåt¹²⁰, som aktivt eller inaktivt valt att inte delta i studien.

2.2.2 UPPLEVD MAJORITET

Upplevd åsikt bland majoriteten av vännerna i verkliga livet



Figur 4. Religiösas och icke-religiösas upplevelse av majoriteten av vännerna i verkliga livets religiösa åsikt

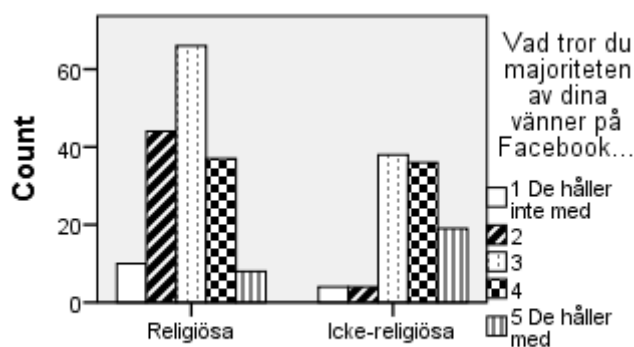
På frågan om vad respondenterna tror att majoriteten av vännerna i verkliga livet tycker om den egna religiösa åsikten, visar sig en viss skillnad mellan hur religiösa och icke-religiösa svarar. Av figur 4 ovan framgår att icke-religiösa i lite större utsträckning upplever att deras religiösa åsikt delas av deras vänner i verkliga livet, samt att väldigt få inte håller med om deras åsikter. Bland de religiösa finns en liten viktning mot att majoriteten av vännerna håller med, men den är inte lika tydlig som bland de icke-religiösa.

Av detta kan man säga att de icke-religiösa upplever sig dela majoriteten av vännerna i verkliga livets åsikter i större utsträckning än de religiösa.

¹¹⁹ Räknat på medelålder och en standardavvikelse för kvinnor.

¹²⁰ Räknat på medelålder och en standardavvikelse för män.

Upplevd åsikt bland majoriteten av vännerna på Facebook



Figur 5. Religiösas och icke-religiösas upplevelse av majoriteten av vännerna på Facebooks religiösa åsikt

På frågan vad man tror att vännerna på Facebook tycker om den egna religiösa åsikten ser fördelningen ungefär likadan ut som för vännerna i verkliga livet (enligt figur 5). De icke-religiösa upplever sig som en del av majoritetsuppfattningen, medan de religiösa är lite mer tveksamt ställda där ungefär lika många upplever sig dela majoritetens uppfattning som de som upplever att majoriteten har en annan religiös åsikt.

Upplevd majoritet som bakgrundsvariabel

Teorin om tystnadsspiralen innebär bland annat att de som upplever sig som i minoritet är mindre benägna att uttrycka sin åsikt, detta i rädsla för att bli isolerade från majoriteten. Därför är det intressant att titta på hur de som upplever sig dela majoritetens åsikter och de som upplever sig ha en minoritetsåsikt, svarar på frågor om självutlämnande.

Väljer man ut de som svarat att majoriteten av deras vänner håller med om den religiösa åsikten bland de religiösa (svarat 4 eller 5) och tittar på hur de svarat på de frågor som rör självutlämnande blir svaren i linje med det förväntade – att personer som upplever att en majoritet av deras vänner i verkliga livet (IRL¹²¹) delar kring den religiösa åsikten, självcensurerar i lägre grad och har lättare att visa sin religiösa identitet på Facebook. Resultatet visar också att de som svarat att de upplever att majoriteten av vännerna *inte* delar deras religiösa åsikt självcensurerar i högre grad och lämnar ut mindre av sin religiösa identitet på Facebook. Dessa samband gäller oavsett om det gäller majoriteten vänner i verkliga livet eller på Facebook som delar den religiösa åsikten. Upplevd majoritet hänger samman med högre grad av självutlämning.

¹²¹ In real life = I verkliga livet.

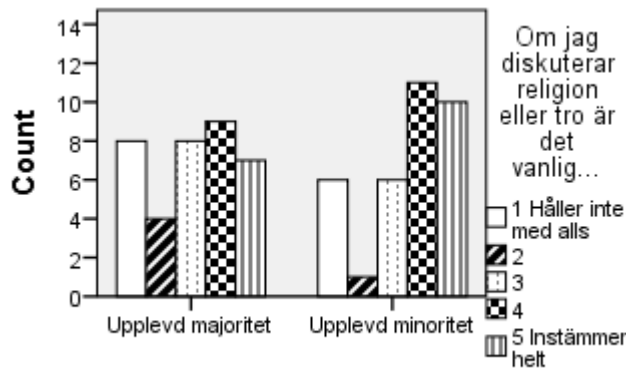
Det finns ingen skillnad mellan huruvida man upplever sig vara i majoritet bland vänner på Facebook eller majoritet bland vänner i verkliga livet och hur man svarar på frågorna och påståendena om självutlämning och självcensur. Det finns därför ingen anledning att presentera resultat med två olika frågor som bakgrundsvariabel parallellt med varandra.¹²² Då detta skulle generera i princip två likadana diagram bredvid varandra. För att titta närmre på de olika påståendena om självcensur väljs därför de personer ut som svarat att majoriteten av vännerna håller med om den religiösa åsikten (4-5) både på Facebook och i verkliga livet och läggs ihop till en grupp som kallas "Upplevd majoritet". Detta är alltså de som upplever att majoriteten av vännerna både på Facebook och i verkliga livet håller med om den religiösa åsikten. De som svarat att både vännerna på Facebook och i verkliga livet inte håller med (1-2) läggs ihop till "Upplevd minoritet", vilket då är de som upplever att vännerna på Facebook och i verkliga livet inte håller med om den religiösa åsikten. Detta blir den nya bakgrundsvariabeln "Total upplevd majoritet" som körs mot de olika påståendena och frågorna om självcensur och självutlämning i SPSS. Av de som upplever sig som del av majoriteten på båda områdena är 60 % icke-religiösa och av de som upplever sig ha en annan åsikt än majoriteten på båda områdena är 86 % religiösa.

Det är 36 respondenter som upplever sig dela majoritetens åsikter som också svarat på påståendena och 34 respondenter som upplever sig inte dela majoritetens åsikter. Alla dessa är sådana som angett sig som religiösa på frågan om livsåskådningar. Av denna anledning anses diagram vara ett tydligt och enkelt sätt att presentera enkätresultaten kring upplevd majoritet.

Om jag diskuterar religion eller tro är det vanligtvis med personer jag litar på eller känner väl

Figur 6 på nästa sida visar att det är fler som svarar instämmande på påståendet bland de som upplever att majoriteten av vännerna inte håller med om den religiösa åsikten än bland de som upplever att majoriteten av vännerna delar den religiösa åsikten. Det är alltså de som upplever sig hålla en annan religiös åsikt än majoriteten av vännerna som i större utsträckning diskuterar religion eller tro med någon de litar på eller känner väl. Figur 6 visar också att det är fler som svarar att de inte instämmer på påståendet bland de som upplever att majoriteten av vännerna delar den religiösa åsikten.

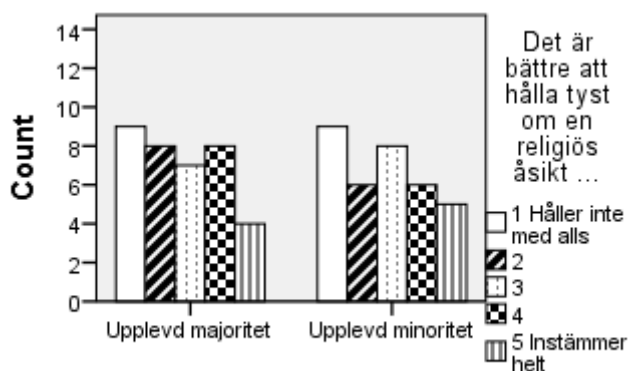
¹²² Vad tror du att majoriteten av dina vänner på Facebook tycker om din religiösa åsikt? och Vad tror du att majoriteten av dina vänner i verkliga livet tycker om din religiösa åsikt?



Figur 6. Upplevd majoritet och minoritet * Diskuterar religion eller tro med någon man litar på

Påståendet genererar svaga men ändå synliga resultat som går i linje med tystnadsspiralen. Detta genom att personer som upplever sig ha en minoritetsåsikt självutlämnar i lägre utsträckning eftersom de hellre diskuterar religion och tro med någon de litar på eller känner väl.

Det är bättre att hålla tyst om en religiös åsikt som jag vet att de flesta andra inte delar



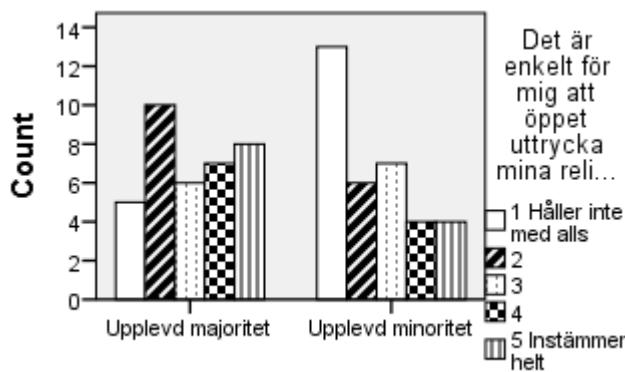
Figur 7. Upplevd majoritet och minoritet * Det är bättre att hålla tyst om religiös åsikt om man är osäker på acc.

I figur 7 visas resultatet för hur respondenterna har svarat på ovanstående påstående. Resultatet är inte lika uppenbart vid första ögonkast som i figur 6. Samma tendens finns dock, nämligen att de som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikter inte håller med om påståendet att det är bättre att hålla tyst om en religiös åsikt om man inte vet om det är accepterat i nätverket.

Här visar sig alltså tendensen som man väntat sig utifrån teorin om Tystnadsspiralen genom att en grupp väljer att ta avstånd från påståendet, mer än att en grupp väljer att instämma kraftigt.

Det är enkelt för mig att öppet uttrycka mina religiösa åsikter och säga till folk när jag inte håller med om vad de skriver

I figur 8 visas resultatet av hur personer som upplever sig hålla en majoritetsåsikt eller en minoritetsåsikt, har svarat på ovanstående påstående. De som upplever sig hålla en minoritetsåsikt bland vännerna uttrycker kraftigt att de inte instämmer på påståendet om att det är enkelt att uttrycka sina religiösa åsikter och säga till när de inte håller med om något någon annan skriver. De som upplever sig som dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt tenderar att inte hålla med i samma utsträckning som de håller med om påståendet.

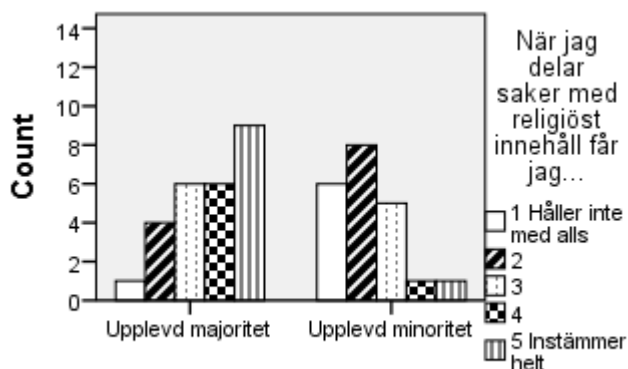


Figur 8. Upplevd majoritet och minoritet * Det är enkelt att uttrycka religiös åsikt

Det är tydligt att de som är i upplevd minoritet har svårare att utlämna sin religiösa åsikt än de i upplevd majoritet, vilket är i linje med de resultat man kan förvänta sig utifrån Tystnadsspiralen.

När jag delar saker med religiöst innehåll får jag oftast positiv respons

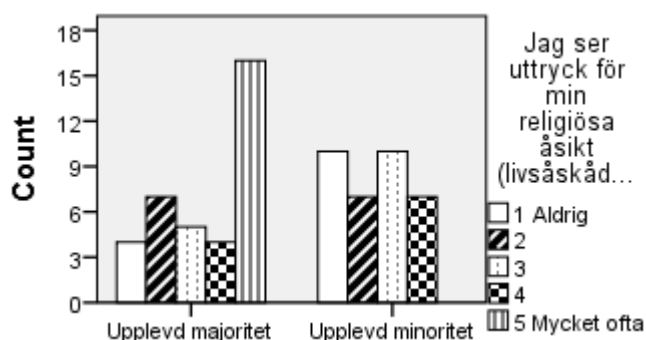
I resultatet från ovanstående påstående som presenteras i figur 9 på nästa sida visas tydligt att personer som upplever sig vara i majoritet också upplever att de får positiv respons på delningar med religiöst innehåll och att de som upplever att majoriteten av vännerna inte delar den religiösa åsikten inte alls känner igen sig i påståendet.



Figur 9. Upplevd majoritet och minoritet * Får ofta positiv respons på delningar med religiöst innehåll

Här kan man också tänka sig se tecken på filterbubblan och religiös isolering, där de som upplever sig vara i majoritet också får positiv respons på delningar av religiöst innehåll. Vidare information kring detta återfinns i svaren på de två kommande påståendena.

Jag ser uttryck för min religiösa åsikt (livsåskådning) i mitt nyhetsflöde på Facebook



Figur 10. Upplevd majoritet och minoritet * Ser uttryck för den egna religiösa åsikten (livsåskådningen)

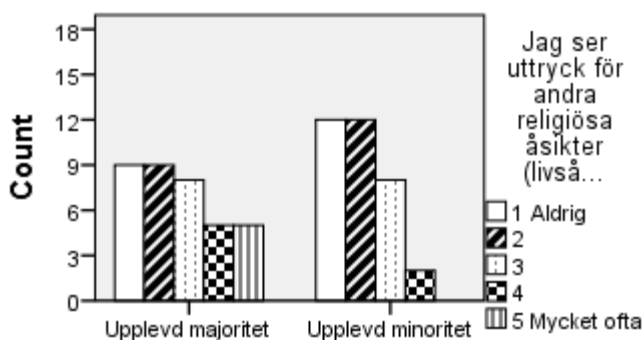
Av figur 10 framgår hur respondenterna svarat på ovanstående påståendet. En stor andel av respondenterna i upplevd majoritet anser sig se uttryck för den egna religiösa åsikten ”mycket ofta”, till skillnad från de som upplever sig vara i minoritet där inte en enda har angett detta svarsalternativ. Här syns tydligt att de som upplever sig vara i majoritet omges av uttryck för den egna religiositeten i mycket större utsträckning än de som upplever sig hålla en religiös minoritetsåsikt.

Detta resultat talar för en viss religiös isolering där de som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt också tar del av många uttryck för denna. Detsamma gäller de som

upplever sig vara hålla en religiös minoritetsåsikt bland vännerna. Dessa ser aldrig eller sällan uttryck för den egna religiösa åsikten.

Jag ser uttryck för andra religiösa åsikter (livsåskådningar) än min egen i mitt nyhetsflöde på Facebook.

Hur respondenterna som upplever sig vara i majoritet eller minoritet har svarat på ovanstående påstående visas i figur 11. Här visar det sig att båda grupperna tenderar att luta mot att man inte ser uttryck från andra livsåskådningar än den egna i sitt nyhetsflöde. Tendensen är starkare bland de som upplever sig vara i minoritet än de som upplever sig vara del av en majoritet.



Figur 11. Upplevd majoritet och minoritet * Ser uttryck för andre religiösa åsikter än den egna

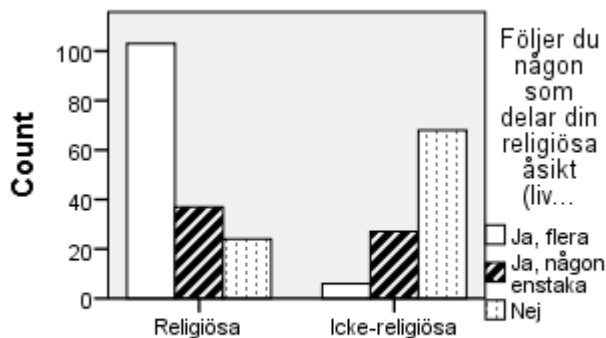
Det resultat som framgår från figur 11 talar emot isoleringen utifrån livsåskådning. Här kan man utläsa att bland personer som upplever sig vara i majoritet är det vanligare att se uttryck för andra religiösa åskådningar än bland de som upplever sig vara i minoritet.

Det skulle alltså kunna vara fråga om isolering av religiösa i förhållande till icke-religiösa, snarare än isolering av olika livsåskådningar. Denna tes får stöd om man tittar på hur religiösa och icke-religiösa svarat på de två följande frågorna om de följer någon som delar den religiösa åsikten och om de följer någon med annan religiös åsikt.

Följer du någon som delar din religiösa åsikt (livsåskådning) och som publicerar saker om denna (livsåskådning)?

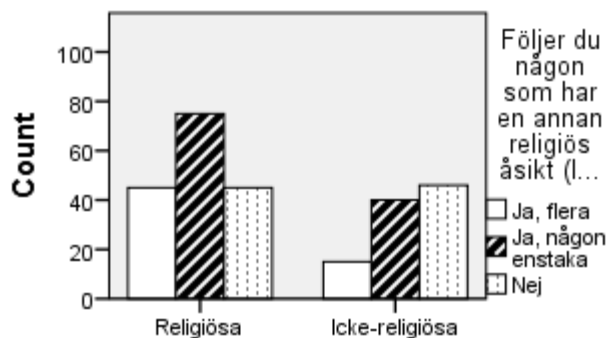
I figur 12 på nästa sida framgår tydligt hur en majoritet av religiösa följer minst en person som delar den religiösa åsikten och som publicerar saker om denna (livsåskådningen). De

icke-religiösa följer någon enstaka person med annan livsåskådning som publicerar om denna i större utsträckning än någon av den egna.



Figur 12. Upplevd majoritet och minoritet * Följer någon som delar den religiösa åsikten

Följer du någon som har en annan religiös åsikt (livsåskådning) och som publicerar saker om denna (livsåskådning)?



Figur 13. Upplevd majoritet och minoritet * Följer någon med annan religiös åsikt

I figur 13 kan man utläsa att många religiösa också följer minst en person som publicerar saker om andra livsåskådningar. De icke-religiösa har följer någon enstaka i samma utsträckning som man inte följer någon alls som har en annan religiös åsikt och som publicerar saker om denna.

Av figur 12 och 13 framgår alltså att religiösa människor ser många uttryck för både den egna och andras livsåskådningar medan icke-religiösa upplever att de följer någon enstaka person av både den egna och andra livsåskådningen, men att man i det stora hela i större grad inte följer någon som publicerar med religiöst innehåll.

Att religiösa stöter på religiöst innehåll medan icke-religiösa inte gör det i samma utsträckning skulle kunna ses som tecken på religiös isolering på Facebook. Där snurrar det religiösa innehållet bland de som redan är religiösa, medan de icke-religiösa inte stöter på det i samma grad.

Har du någonsin tagit bort en person från ditt nätverk för att den uttryckt en religiös åsikt som du inte håller med om?

Tabell 1. I vilken utsträckning religiösa och icke-religiösa tagit bort användare av annan religiös åsikt

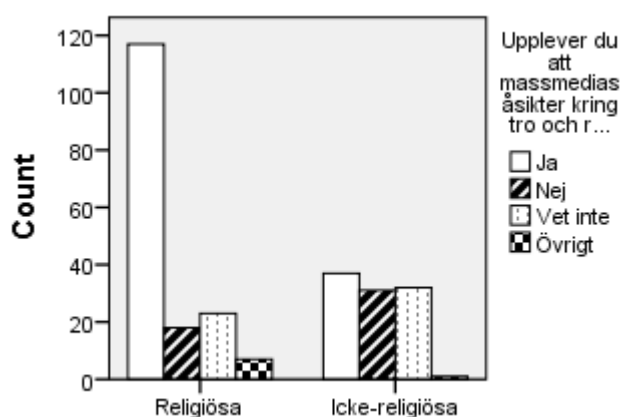
Religiositet * Har du någonsin tagit bort en person från ditt nätverk för att den uttryckt en religiös åsikt som du inte håller med om? Korstabulering % inom Religiositet		Ja	Nej	Vet inte	Totalt
Religiositet	Religiösa	12,2%	84,1%	3,7%	100,0%
	Icke-religiösa	13,0%	86,0%	1,0%	100,0%
Totalt		12,5%	84,8%	2,7%	100,0%

En annan faktor som spelar in är om man valt att ta bort någon person som inte delar den religiösa uppfattningen, vilket skulle kunna förstärka isoleringen. I tabell 1 kan man utläsa att det är nästan lika vanligt bland religiösa som icke-religiösa att ta bort användare för att det uttryckt en religiös åsikt som man inte håller med om. Huruvida man tar bort personer som uttrycker en religiös åsikt man inte håller med om verkar alltså inte påverkas av om man är religiös eller icke-religiös.

2.2.3 MASSMEDIAS PÅVERKAN

I teorin om tystnadsspiralen väger massmedias åsikter tungt och Noelle-Neumann menar att man måste väga in massmedias åsikter när man forskar kring den. På frågan om man upplever att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från hur man upplever att ens vänner på Facebook tycker, svarar respondenterna på det sätt som presenteras i figur 14 på nästa sida. Bland religiösa finns en tydlig upplevelse av att massmedia står för andra åsikter kring tro och religion än det egna nätverket på Facebook. Bland de som svarat ”övrigt” i gruppen religiösa skriver några *delvis* som svar, mer uttömmande svar kommer i den innehållsliga analysen.¹²³

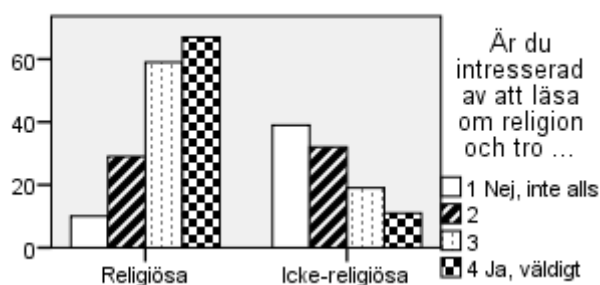
¹²³ Jfr 2.3.6 Massmedia och utifrånsperspektiv.



Figur 14. Upplevelse av att massmedias åsikter kring religion och tro skiljer sig från nätverkets.

Bland icke-religiösa sticker inte någon av staplarna ut särskilt. Något fler har svarat "Ja" än de som svarat "Nej" och "Vet inte". Noterbart är även att fler religiösa verkar ha en åsikt i frågan, då det är färre som svarat "vet ej" än bland icke-religiösa. Detta skulle visa sig ännu tydligare om staplarna visade andelar och inte antal då andelen religiösa som svarat "vet inte" är 13,9 % och andelen icke-religiösa 31,7 %.

På frågan om man är intresserad av att läsa om religion och tro på sociala medier svarar respondenterna något jakande, 58,6 % på den positiva sidan (3-4) och 41,4 % på den negativa (1-2). Gör man analysen utifrån grupperna religiösa och icke-religiösa blir resultatet ett annat.



Figur 15. Religiösas och icke-religiösas intresse för att läsa om religion och tro på sociala medier

Här ser man tydligt hur religiösa personer intresserar sig för att läsa om tro och religion medan icke-religiösa snarare tycker motsatt (figur 15). Om intresset för att läsa om religion och tro på sociala medier har att göra med hur massmedia framställer artiklar på samma ämne går inte att säga. Det som går att säga är att religiösa anser att massmedias åsikter kring religion och tro skiljer sig från hur de upplever att deras nätverk på Facebook tycker kring

ämnet och att de gärna läser om religion och tro på sociala medier. Sociala medier blir således en källa för inhämtande av information kring religion.

För att pröva teorin om tystnadsspiralen och om massmedias åsikter påverkar själv censur och hur mycket man är villig att utlämna av sin identitet, har bakgrundsvariabeln ”Massmedias åsikter skiljer sig från den egna” skapats. Denna jämförs sedan med hjälp av korstabuleringar mot olika frågor som indikerar på själv censur.

Tabell 2. Hur religiösa och icke-religiösa upplever att medias religiösa åsikter skiljer sig från den egna

Religiositet * Upplever du att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från hur du upplever att ditt nätverk (dina vänner) på Facebook tycker om det? Korstabulering		Upplever du att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från hur du upplever att ditt nätverk (dina vänner) på Facebook tycker om det?				
Antal		Ja	Nej	Vet inte	Övrigt	Totalt
Religiositet	Religiösa	117	18	23	7	165
	Icke-religiösa	37	31	32	1	101
Totalt		154	49	55	8	266

Till att börja med kan man se att det bland religiösa är vanligare att uppleva att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från den egna. Det är något fler som svarar ”Ja” än ”Nej” bland de icke-religiösa, men någon tydlig viktning finns inte som det gör bland de religiösa då nästan lika många svarat ”Nej” och ”Vet inte”. När man därefter väljer ”Massmedias åsikt skiljer sig från den egna” som bakgrundsvariabel för hur man svarat på de påståenden som indikerar själv censur och självutlämnande finner man inget tydligt mönster. Tabell 3-5 visar på hur massmedia som bakgrundsvariabel har olika betydelse.

Tabell 3. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Undviker lägga upp saker med religiöst innehåll

Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Jag undviker att lägga upp saker med religiöst innehåll ifall jag är osäker på om det är accepterat i mitt nätverk. Korstabulering		% inom Massmedias åsikter skiljer sig från den egna.			
		Jag undviker att lägga upp saker med religiöst innehåll ifall jag är osäker på om det är accepterat i mitt nätverk.			Totalt
		1-2 Håller inte med alls	3	4-5 Instämmer helt	
Massmedias åsikter skiljer sig från den egna	Ja	50,8%	16,4%	32,8%	100,0%
	Nej	45%	15,0%	40,0%	100,0%
Totalt		50%	16,2%	33,8%	100,0%

Tabell 4. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Bättre att hålla tyst om religiös åsikt

<i>Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Det är bättre att hålla tyst om en religiös åsikt jag vet att de flesta andra inte delar. Korstabulering</i>					
% inom Massmedias åsikter skiljer sig från den egna.					
Det är bättre att hålla tyst om en religiös åsikt jag vet att de flesta andra inte delar.					
		1-2 Håller inte med alls	3	4-5 Instämmer helt	Total
Massmedias åsikter skiljer sig från den egna	Ja	54,9%	21,8%	23,4%	100,0%
	Nej	57,1%	19,0%	23,8%	100,0%
Total		55,2%	21,4%	23,5%	100,0%

Tabell 5. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Enkelt att öppet uttrycka religiös åsikt

<i>Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Det är enkelt för mig att öppet uttrycka mina religiösa åsikter och säga till folk när jag inte håller med om vad de skriver. Korstabulering</i>					
% inom Massmedias åsikter skiljer sig från den egna.					
Det är enkelt för mig att öppet uttrycka mina religiösa åsikter och säga till folk när jag inte håller med om vad de skriver.					
		1-2 Håller inte med alls	3	4-5 Instämmer helt	Totalt
Massmedias åsikter skiljer sig från den egna	Ja	37,4%	26,8%	35,8%	100,0%
	Nej	47,6%	33,3%	19,1%	100,0%
Totalt		38,9%	27,8%	33,4%	100,0%

Från tabell 3 så framgår att hur respondenterna upplever massmedias åsikt inte verkar ha någon större påverkan då resultatet bara är något viktat. Dock instämmer de som upplever att massmedias åsikter skiljer sig från den egna i lägre grad på påståendet kring själv censur, vilket talar emot att teorin om massmedias åsikt påverkar hur självutlämnande man är med sin religiösa åsikt. Tabell 4 visar knappt några skillnader alls i förhållande till hur man upplever att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från den egna. Även i tabell 5 kan man avläsa resultat som talar emot studiens teori, åtminstone när det kommer till de som anser att massmedias åsikt inte skiljer sig från den egna.

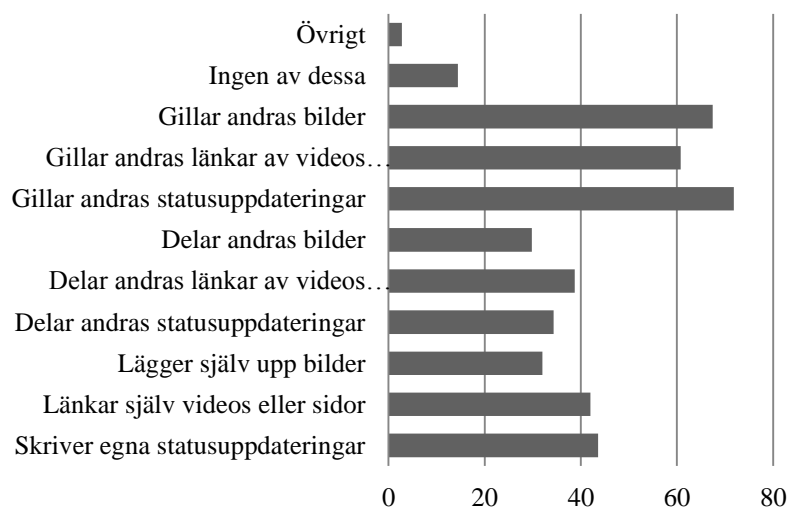
De enda frågorna där resultatet går i linje med det som förväntats utifrån studiens teori är de som handlar om huruvida man raderat inlägg med religiöst innehåll före och efter publicering. På de frågorna svarar de som upplever att massmedias åsikter om religion och tro skiljer sig

från den egna att de raderat inlägg både före och efter publicering i större utsträckning än de som upplever att massmedias åsikter om religion och tro inte skiljer sig från den egna. Det är mellan 28-32% som raderat före publicering och 0-14% som raderat efter publicering av de som upplever att massmedias åsikter skiljer sig från den egna. Detta resultat visar samma tendens som det totala resultatet där fler uppger att de raderat före publicering än efter.

2.2.4 RELIGIÖSA UTTRYCK

Enkäten mäter religiösa uttryck i två olika frågor. Den första frågar om respondenten har angett den religiösa uppfattningen på Facebook under fliken ”om mig”. Bland de religiösa som svarat på enkäten har 51 % angett den religiösa uppfattningen medan 36 % svarat att de inte angett sin religiositet.

Den andra frågan som behandlar hur respondenterna uttrycker sin religiösa identitet är frågan som ber respondenterna kryssa i vilka alternativ de använder för att uttrycka sin religiösa identitet. I figur 17 kan resultatet från den frågan avläsas. Här syns tydligt att de sätt som är mest använda är de där man gillar andra personers statusuppdateringar, bilder, videos eller länkar. Detta var också det sätt som definierades som mest passiv och minst självutlämnande i 1.5 Begrepp. Det är dock något vanligare att skriva egna statusuppdateringar och att länka videos eller sidor själv än att dela andras.

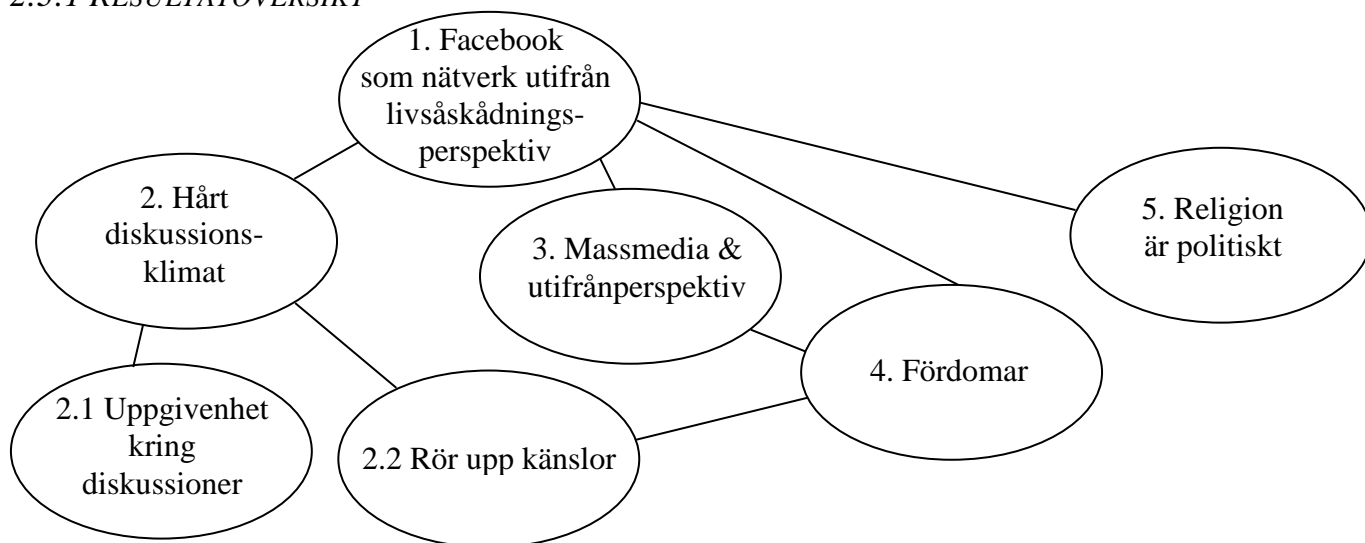


Figur 16. Andel av religiösa som använder ovanstående sätt att uttrycka sin religiösa identitet

Efter den statistiska analysen följer nu den innehållsliga analysen av enkätens kommentarssektioner.

2.3 INNEHÅLLSLIG ANALYS

2.3.1 RESULTATÖVERSIKT



Figur 17. Översikt över resultat av fenomenologisk reduktion

Efter att kommentarerna analyserats med fenomenologisk reduktion har sex teman framträtt. Vilka dessa är och hur de eventuellt relaterar till varandra klargörs i figur 18. Varje tema paras ihop med en siffra som markerar i vilken ordning det kommer presenteras. De respondenter som svarat att de upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt eller upplever sig hålla en minoritetsåsikt kommer att markeras i parentes tillsammans med respondentens nummer.

2.3.2 FACEBOOK SOM NÄTVERK UTIFRÅN LIVSÅSKÅDNINGSPERSPEKTIV

Enkätens religiösa respondenter beskriver delvis Facebook som ett nätverk där de har kontakt med andra religiösa personer. En judisk kvinna, 69 år, (178, mino) beskriver ”Jag har fler judiska vänner på FB¹²⁴ än IRL” och en kristen 25-årig kvinna (100, majo) skriver ”Jag är präststudent och har många vänner på Facebook som är det”. Icke-religiösa uttrycker också hur de genom Facebook fått ny kunskap om religion, exempelvis skriver en 24-årig kvinnlig agnostiker (212, majo) ”Som agnostiker och väldigt skeptisk till institutionell religion har jag genom Facebook fått mig en hel del aha-upplevelser och knäppas på näsan vad gäller religion och tro. Mycket nyttigt!”.

¹²⁴ Förkortning för Facebook.

En annan aspekt av Facebook som framkommer är att det i användarnas nyhetsflöden kan förekomma rasism, extrema åsikter och hat mot religioner. ”Väldigt mycket hat mot min religion” beskriver en av de muslimska respondenterna (121), en 35-årig man. En kristen 20-årig kvinna (200, maj) beskriver sin upplevelse av nyhetsflödet:

Som jag ser kommer en hel del rasistiska åsikter och tankar i flödet, mycket har med media att göra men ser en del kommentarer/statusar från mina vänner som man inte håller med om värderingsmässigt.

Vissa användare väljer att ta bort personer från sina nätverk som gör uttryck för extrema åsikter eller åsikter som de anser kan skada andra. En 24-årig kvinna (66) som beskriver sig som wiccan skriver ”Jag har endast tagit bort vänner som jag uttryckt sin religion på ett sätt som kränker människor, t.ex. att homosexuella inte borde få gifta sig/skaffa barn”. En kristen 29-åring (68, maj) beskriver vilka hen tagit bort från det egna nätverket:

De jag har tagit bort från min fb stödjer wahabism/salafism, dvs de stödjer terrorism/väpnad jihad mot alla icke-sunniter som inte följer sharia-lagar. Rätt sunt att ta bort dessa från fb enligt mig själv.

Ovanstående respondent beskriver också att hen anser att det är *sunt* att ta bort personer som uttrycker extrema åsikter från nätverket. Istället för att ta bort en person från nätverket beskriver en annan kristen respondent (53), en 37-årig kvinna, ett alternativt sätt att slippa se innehåll man inte vill se; ”Jag har inte ”unfriendat” någon på grund av detta¹²⁵, men jag har valt att inte se personens statusuppdateringar”. Man kan dölja alla statusuppdateringar en person gör. På så sätt finns personen kvar som vän i nätverket, men man behöver inte ta del av dennes uppdateringar.

2.3.3 HÅRT DISKUSSIONSKLIMAT

Det andra temat som framkom vid den fenomenologiska reduktionen är upplevelsen av att diskussionsklimatet på Facebook är hårt. När man delar saker med religiöst innehåll eller lägger en kommentar på en sådan delning möter man påhopp, negativa kommentarer, missuppfattningar och kritik. En 25-årig kristen kvinna (57, mino) beskriver detta:

¹²⁵ Antireligiösa användare som agerar intolerant mot religioner och andra kulturer än den egna.

Jag vet att jag kommer att få kritik, påhopp och bli ifrågasatt av personer som inte vill veta mina svar utan bara vill skicka ut dåliga kommentarer... men jag brukar ändå försöka vara så öppen som möjligt om min tro i debatter när jag orkar det.

Liksom den statistiska analysen visar, väljer många att censurera sig själva genom att radera inlägg före och efter publicering. Anledningarna till detta är just diskussionsklimatet på Facebook och att diskussionerna urartar.

Jag undviker inte att lägga upp saker för att det inte är accepterat. Snarare är det så att jag tycker facebook-diskussioner alltid urartar så jag tycker helt enkelt inte att det är värt besväret.

Ovanstående citat är från en 35-årig kristen man (134, maj). Några andra beskriver att de upplever att det också är lätt att missuppfattas på Facebook när man delar något med religiöst innehåll. En 20-årig kristen kvinna (113, maj) beskriver upplevelsen av att ”diskussionen på sociala medier ofta kan vara ganska hård och full av missuppfattningar”. Statusar som är invecklade kan leda till missförstånd, till exempel när man använder ett inomreligiöst språk. Därför väljer en del att hellre diskutera sin religion öga mot öga istället för över internet.

Det hårda klimatet som många religiösa upplever leder till ett subtema som syns inom detta tema, nämligen uppgivenheten kring diskussioner om religion och tro.

2.3.4 UPPGIVENHET KRING DISKUSSIONER

Att självcensurera kring sin religiösa åsikt verkar för många bero på att man upplever att det inte är lönt att ge sig in i diskussioner eller debatt. Liksom den kristna mannen (134, maj) i ovanstående avsnitt beskriver att han undviker publicering då diskussionerna som följer ”det inte är värt besväret”, beskriver en annan kristen respondent, en 32-årig kvinna (11), sin upplevelse av att hon ”inte orkar gå i polemik med någon” och väljer att inte ge sig in i diskussioner. En uppgiven ton blir tydlig i många kommentarer. Bland annat skriver en 23-årig kristen kvinna (136) att hon undviker konflikter på sociala medier då de inte leder till något:

Jag är frimodig med min kristna tro vad gäller att lägga upp saker på min egen wall på FB. Däremot undviker jag gärna konflikter på sociala medier då jag anser att det inte leder till något.

Många använder orden *orkar inte* kring de diskussioner och debatter som verkar uppstå kring delningar med religiöst innehåll på Facebook. Bland annat skriver en kristen kvinna på 25 år (100, maj) att hon kan radera kommentarer i ett icke-religiöst sammanhang där hon ”inte orkar ta diskussioner”. Även en 18-årig muslimsk kvinna (122, mino) ger uttryck för känslan av uppgivenhet när hon skriver att hon raderar inlägg eller kommentarer ”för att jag känner att det inte kommer att ändra något”. Det finns flera som upplever att de diskussioner som uppstår på Facebook inte leder till något eller till att någon ändrar uppfattning.

2.3.5 RÖR UPP KÄNSLOR

Förekomsten av internettroll kommenteras av någon som anledningen till att vissa grupper är slutna. Dock verkar många ändå påverkas känslomässigt av de diskussioner som uppstår kring religion på Facebook. Några respondenter menar att de kan ta bort inlägg då de skrivits i affekt. En 21-årig kristen kvinna (70) beskriver detta:

Det är ofta i sammanhang där jag blivit upprörd av någon annans status men märker på min tänkta kommentar att jag inte kommer kunna svara på ett konstruktivt sätt utan kan komma bli det jag föraktar – en påhoppare utan att vilja mötas. Då anser jag att det är bättre för min själ och klimatet i kommentarsfältet att jag backar, varvar ner och skriver igen när jag är med i mig själv.

Vad användare väljer att skriva kan alltså påverka andra känslomässigt, något många uttrycker en medvetenhet kring. En 22-årig kvinnlig agnostiker (268), beskriver att hon tänker på detta när hon publicerar åsikter på Facebook:

Jag anser att varje individ har rätt till sin tro, oavsett tro. Samtidigt lägger jag inte upp åsikter som jag VET kan skada andra och få andra att må dåligt. Det handlar enbart om respekt för sina medmänniskor.

Även en kristen respondent (53) ger uttryck för liknande tankar och menar att hon väljer att inte dela/publicera saker med religiöst innehåll också för andra kristnas skull, då de kanske inte delar hennes åsikter.

Andra beskriver upplevelsen av att de kan bli för personliga i sina inlägg och kommentarer. En kristen respondent skriver att han inte vill blottlägga/exponera sin person och tro på ett sätt

som genererar onödiga diskussioner. Samtidigt ger en annan respondent (54, mino), en kristen 30-årig kvinna, uttryck för hur hon skäms för att hon inte vågar dela mer om sin tro. Det verkar dock finnas användare som tar diskussioner och som publicerar inlägg med religiöst inlägg oavsett om de är provocerande eller inte. En av dessa (80, mino) beskriver hur andra – i detta fallet – kristna inte vågar gilla hans delningar, men skriver uppmuntrande ord till honom i privata meddelanden.

2.3.6 MASSMEDIA OCH UTIFRÅNPERSPEKTIV

När det kommer till massmedia syntes det tydligt i den statistiska analysen att många religiösa upplevde att massmedias åsikter kring tro och religion skiljde sig från den egna. Många menar att massmedia saknar kunskaper om religion, andlighet och vilken roll religionen spelar för individer. Några menade också att de reproducerar fördomar. En 25-årig kristen kvinna (52) kommenterar; ”Mina vänner som är en aktiv del av kyrkan skiljer sig från massmedia, medan andra människor utan insyn i religion reproducerar samma fördomar som media”.

De gånger massmedia ger sig på att skildra religion eller religiositet beskriver religiösa personer bland annat upplevelsen av att ”vinklarna blir alltför galna” samt att massmedia endast visar utifrånperspektiv med missuppfattningar. En annan kristen kvinna (53) beskriver detta; ”Jag uppfattar ofta att massmedier uttrycker tankar om religion med ett ”utifrånperspektiv” som missar kärnan i det som religion handlar om”. Hon beskriver också att hon ser detta bland sina religiösa vänner när det kommer till andra religioner än den egna:

På samma sätt tycker jag ofta att kristna i mitt nätverk på Facebook uttrycker kring andra religioner (exempelvis islam) med samma utifrånperspektiv, när de borde förstå att de troligtvis missuppfattar saker på samma sätt som utomstående missuppfattar deras tro.

Förutom media finns alltså också upplevelsen av att religiösa själva reproducerar fördomar kring andra religioner än den egna.

2.3.7 FÖRDOMAR

Många är de respondenter som upplever att det finns fördomar mot religiösa personer. De beskriver en bild av att det finns ”extrema” kunskapsbrister, fördomar och förtryck mot religiösa i det svenska samhället. Många berättar att de väljer att inte publicera inlägg eller

kommentarer med religiöst innehåll för att de vill bli tagna på allvar. En 34-årig kristen man (79) skriver:

Jag är för samvetsfrihet vad gäller abort och skeptisk till nuvarande abortlagstiftning. Men om jag säger det högt kommer inget annat jag säger tas på allvar, trots att det allt som oftast pekar åt ett annat håll.

Att stå för vissa religiösa åsikter verkar vara svårt då det finns en upplevelse av att det leder till att man inte blir tagen på allvar. En del väljer också att inte publicera då de inte vet hur delningen skulle tas emot av icke-religiösa vänner, arbetskolligor eller arbetsgivare. Som nybliven kristen beskriver en 30-årig kvinna (54, mino) sin oro för att ”komma ut som kristen”:

Jag har inte ”kommit ut” som kristen ännu och jag känner oro och ängslan för hur folk kommer att ta det. Jag har en okristen bakgrund och skillnaden har blivit ganska stor kan man väl säga. Också är jag rädd för att inte passa in på min arbetsplats (känner mig tillräckligt utanför som det är). Ber till Gud om styrka och kraft att ta mig förbi dom här känslorna.

Rädslan för att bli isolerad och inte bli tagen på allvar skiner igenom i alla kommentarer som berör fördomar mot religiösa. En annan respondent (90), en 38-årig judisk kvinna, beskriver att hon undviker att dela sin religiösa åsikt då hon inte vill sätta upp väggar mellan sig och andra. Det finns en upplevelse av att människor är snabba att läsa och döma samt att de ser på religionen eller personen utifrån istället för att lära känna och förstå inifrån. En 19-årig kristen kvinna (116, mino) beskriver att hon inte är ”stereotypkristen” och vill därför inte att folk i hennes närhet med annan tro/icketro ska döma henne utifrån några delningar på Facebook. Hon anser det därför bättre att tala om sin tro ansikte mot ansikte.

2.3.8 RELIGION ÄR POLITISKT

Det sista temat som framkommit ur den fenomenologiska reduktionen är temat om religion och politik. En del respondenter beskriver sin upplevelse av att deras religiösa ståndpunkt är sammankopplad med eller kan uppfattas som politisk. I den religiösa uppfattningen kan åsikter finnas som också är politiska, exempelvis uppfattningar om rättvisa, omsorg och fred. En del anser att Facebook är väldigt laddat politiskt, vilket också kopplas till att religion också är en laddad fråga. Den 38-åriga judiska kvinnan som refererades till i ovanstående stycke

(90) beskriver att det inte är vanligt att diskutera religion och kulturen öppet och resonerar kring att det kan bero på att det är för politiskt. En 22-årig muslimsk kvinna (124) ger uttryck för tacksamhet till att kunna kalla sig muslim.

På nästa sida väntar diskussionen av det som redovisats i kapitel 2. Diskussionen är indelad i fyra delar, en del för varje frågeställning.

3. DISKUSSION

3.1 HUR MAN UTTRYCKER SIN LIVSÅSKÅDNING PÅ FACEBOOK

I denna studie ville jag främst undersöka hur sociala medier användes och upplevdes av religiösa och avgränsade mig till de abrahamitiska religionerna, därför kommer jag fortsatt referera till de judar, kristna och muslimer som deltagit i studien som *de religiösa*.¹²⁶ Detsamma gäller den icke-religiösa gruppen i studien vilka i fortsättningen kommer att hänvisas till som *de icke-religiösa*.

Ungefär hälften av *de religiösa* har angett sin religiösa åsikt under fliken ”om mig” i deras profiler på Facebook. Detta skiljer sig något från vad Bobkowski och Pearce i sin forskning på amerikanska unga religiösa fann, nämligen att mer än 60 % angav sin religiösa ståndpunkt under denna flik.¹²⁷ En liten skillnad i andel kan alltså observeras, dock är den inte särskilt markant. Detta skulle kunna tala för att det inte är den allmänna åsikten om religion som gör att man självutlämnar eftersom man kan anse att den allmänna åsikten om religion i Sverige skiljer sig från den i USA. USA som ibland omnämns som västvärldens mest religiösa land.¹²⁸ Att vara öppet religiös i USA kan delvis vara enklare bara för att det inte avviker från normen på samma sätt som i Sverige. Utifrån detta anser jag att man kan tänka sig att det snarare är åsikten som dominerar i en användares nätverk som påverkar det självutlämnande beteendet, än att det är den allmänna åsikten.

Den statistiska analysen visade att det bland *de religiösa* är vanligt att följa andra religiösa personer som publicerar eller delar inlägg kring den gemensamma livsåskådningen. Det visade sig också att många av *de religiösa* också följer någon enstaka person som publicerar om en annan livsåskådning än den egna.¹²⁹ Som religiös följer man alltså gärna personer som skriver och delar innehåll kring den egna livsåskådningen, men också någon enstaka som delar innehåll kring en annan livsåskådning.

Samtidigt visade det sig att *de icke-religiösa* knappt följde någon alls som delade kring den egna livsåskådningen.¹³⁰ Däremot följde icke-religiösa någon enstaka person som delade

¹²⁶ Jfr 1.5.2 Religiösa och religiös åsikt.

¹²⁷ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

¹²⁸ Chaves, M. *American Religion: Contemporary Trends*. Princeton: Princeton University Press, 2013, 1.

¹²⁹ Jfr 2.2.2 Upplevd majoritet.

¹³⁰ Jfr Figur 12 och Figur 13.

innehåll kring någon annan livsåskådning än man själv hade. Dock var det vanligare bland *de religiösa* att följa någon som publicerade kring en annan livsåskådning än den egna än bland icke-religiösa. *De icke-religiösa* följde alltså endast någon enstaka person som delade innehåll som kunde kopplas till en annan livsåskådning än den egna och knappt någon som delade innehåll kring den egna icke-religiösa livsåskådningen.

De icke-religiösa tar således inte del av innehåll som kan kopplas till den egna livsåskådningen och lite innehåll som kan kopplas till en annan livsåskådning. *De religiösa* däremot tar del av innehåll som både kopplas till den egna livsåskådningen och till andra livsåskådningar (även om det är mer av innehåll som kopplas till den egna livsåskådningen).

Detta skulle kunna visa på en viss isolering av religiösa i förhållande till icke-religiösa, snarare än en isolering mellan de olika livsåskådningarna. Religiösa tar del av religiöst innehåll och icke-religiösa tar inte del av religiöst innehåll. Det är omöjlig att veta helt säkert, men isoleringen skönjs. Intressant är också att det bland icke-religiösa är vanligare att man följer personer som publicerar kring en annan livsåskådning, än att man följde personer som publicerar aktivt kring den egna. Det verkar alltså finnas en frånvaro av publiceringar med innehåll som kan kopplas till ateistiska och agnostiska livsåskådningar bland icke-religiösa. Man kan alltså tala om en icke-religiositet, en frånvaro av innehåll som behandlar den egna livsåskådningen. Samtidigt verkar många religiösa å sin sida använda sociala medier för att läsa om tro och religion, dela religiöst innehåll med varandra, diskutera religion med varandra och med användare med annan livsåskådning. Kanske beror också detta på att religiösa har en tydligare tillhörighet till en livsåskådningstradition där man har tydliga ämnen man diskuterar utifrån liknande referensramar. Icke-religiösa å sin sida kan ha livsåskådningar som man inte känner tillhör någon livsåskådningstradition vilket begränsar möjligheterna att söka information eller forum att diskutera med personer med liknande livsåskådning. Det kan också vara så att det helt enkelt inte finns ett intresse för livsåskådningar eller existentiella frågor bland de icke-religiösa.

Delningar med religiöst innehåll verkar kunna starta diskussioner¹³¹, vilket kommer att diskuteras under nästa rubrik. Dock leder dessa till att man som religiös väljer att inte uttrycka sin religiösa identitet eller åsikt i vissa lägen. Många berättar hur de valt att radera inlägg och

¹³¹ Jfr 2.3.3 Hårt diskussionsklimat.

kommentarer med religiöst innehåll före och efter publicering.¹³² Varför man gör detta beror delvis på hur man blir bemött, men också på hur man vill bli uppfattad av omgivningen. Ur kommentarerna framkommer det att man vill bli tagen på allvar.¹³³ Något som man upplever att andra inte tycker går hand i hand med att stå för vissa religiösa åsikter. Därför väljer vissa att inte tala öppet om vissa religiösa åsikter på Facebook.

Enligt tystnadsspiralen väljer människor att inte uttrycka sina åsikter på grund av rädslan att bli utestängda från majoriteten. Den internaliserade panoptismen innebär att människor ständigt är medvetna om att de kan vara övervakade och upplever sig därför ständigt övervakade. På Facebook där vännerna i ens nätverk kan följa allt från vilka bilder man gillar till den musik man lyssnar på finns den ständiga medvetenheten om att ens vänner kan se vad man gör. Personer som är rädda för att bli isolerade kan därför välja att inte uttrycka sina åsikter eller gilla vissa länkar i rädsla för att någon ska se detta och på grund av detta bli utestängd från en eller flera gemenskaper. Denna rädsla visar sig i studien i och med att respondenterna uttrycker en rädsla för att sätta upp väggar mellan sig själv och andra, att man ska bli utanför på jobbet och en oro för hur arbetsgivaren skulle se på en om man var öppen med den religiösa åsikten.¹³⁴ Användarna verkar vara medvetna om att andra kan läsa det de publicerar, se vad de gillar och vilken religiös tillhörighet de eventuellt har angett att de har. Denna medvetenhet gör att de väljer att inte vara öppna med vissa religiösa åsikter eller att de överhuvudtaget är religiösa. Vännerna blir således potentiella fångvaktare och straffet i värsta fall utfrysning från gemenskap(er). Några konflikträdsla användare kanske känner det straff nog att bli emotsagd eller ifrågasatt utan att nödvändigtvis bli utfrysad.

Kanske är det också av dessa skäl som *de religiösa* användarna också i större utsträckning väljer att gilla andras statusuppdateringar, bilder, länkar eller videos i större utsträckning än de skriver eller delar egna.¹³⁵ Denna form av implicita uttryck för den religiösa åsikten är vanligast, liksom också Zhao m.fl. funnit i sin studie.¹³⁶ Det finns en vilja att uttrycka och leva ut sin andlighet på internet¹³⁷ även om det är indirekt eller subtielt, för att inte skapa konflikt eller att sätta upp väggar mellan sig själv och andra. Utifrån teorin om tystnadsspiralen är detta resultat något man hade kunnat förvänta sig, att personer väljer att

¹³² Jfr Figur 16.

¹³³ Jfr 2.3.7 Fördomar.

¹³⁴ Jfr 2.3.7 Fördomar.

¹³⁵ Jfr 2.2.4 Religiösa uttryck.

¹³⁶ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

¹³⁷ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

inte uttrycka minoritetsåsikter i rädsla för att bli isolerade från en gemenskap. Huruvida dessa åsikter dock är minoritetsåsikter är högst situationsbundet och något som kommer att analyseras vidare i 3.3. Dock verkar personerna som svarar att de censurerar sig själva ha skäl till varför de tror att de kommer att bli isolerade eller inte tagna på allvar ifall de uttrycker vissa åsikter. Jag antar att de har tidigare erfarenheter av att bli isolerade eller att de har fått negativ respons, alternativt kan de också ha observerat hur andra religiösa uttryck bemötts på Facebook. Facebook spelar i sådana fall samma roll som massmedierna i Noelle-Neumanns teori om tystnadsspiralen, nämligen att det är där man kan observera hur minoritetsåsikter bemöts och man kan på så sätt bilda sig en uppfattning om vad som är majoritetens åsikt.

3.2 HUR DET UPPLEVS ATT UTTRYCKA SIG RELIGIÖST PÅ FACEBOOK

Många religiösa upplever att det är svårt att uttrycka sin religiösa åsikt på grund av det hårda klimat som man menar finns på Facebook. Man upplever att inlägg och kommentarer lätt kan missuppfattas eller att andra är snabba att läsa och döma. Det finns en upplevelse av att personer av annan livsåskådning ser på andra religioner med utifrånperspektiv och att man missar kärnan i vad religionen är och vad den betyder för den religiösa personen.¹³⁸ Liksom en respondent beskriver så delar hon gärna religiöst innehåll, men hon undviker helst konflikter.¹³⁹ Därför manövrerar man för att se till att det man delar, inte är provocerande eller att det på något annat sätt kan röra upp negativa känslor, vilket också andra ger uttryck för. En del väljer också att endast prata om religion med någon de känner väl eller litar på. Kanske för att man därför har en gemensam grund, kanske också för att man vet att den andre respekterar den religiösa åsikten och inte kommer att vilja röra upp negativa känslor. Detta syns också eftersom de som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt menar att det är enklare att uttrycka sin religiösa åsikt än de som upplever sig hålla en minoritetsåsikt.¹⁴⁰ Med ett upplevt stöd från majoriteten kan den religiösa personen lättare uttrycka sin åsikt och säga ifrån om den inte håller med. Personen i minoritetsställning väljer i frånvaron av detta stöd att inte uttrycka sin religiösa åsikt.

¹³⁸ Jfr 2.3.6 Massmedia och utifrånperspektiv.

¹³⁹ Jfr 2.3.4 Uppgivenhet kring diskussioner.

¹⁴⁰ Jfr 2.2.2 Upplevd majoritet.

Att blotta den religiösa identiteten i ett hårt klimat är tufft och upprör känslor hos de som exponerar sig själva.¹⁴¹ Det är inte alla som orkar vara personliga angående sin religiösa åsikt då det kan leda till missförstånd, negativ respons, kritik och påhopp. Några respondenter upplever också att det finns stora brister i kännedom om religion, vilket ytterligare bäddar för missförstånd och diskussioner som inte leder någonstans. Som det framgick av analyskapitlet så berättar också en respondent om hur hon måste lugna ned sig innan hon svarar på en kommentar eller ett inlägg som upprört henne.¹⁴² Det är inte särskilt konstigt att man kan bli irriterad eller upprörd när någon kritiserar ens religiösa tro eller ståndpunkt, något som kan vara en stor del av en persons identitet. Förekomsten av troll vars syfte är att uppvigla leder till att man väljer att göra grupper för religiös gemenskap och diskussion slutna. I dessa grupper kan man på så sätt prata om sin religiösa åsikt med personer som delar den och som inte är ute efter att skapa hätska diskussioner. I dessa grupper kan man diskutera den religiösa åsikten utan att någon kommer in och lägger en onödig kommentar. Man skulle dock kunna se samma problem med dessa grupper som med de bubblor som skapas genom isolering. Om de är allt för ensidiga och enbart innebär att användarna bekräftar varandras åsikter riskeras åsikter som annars skulle ha blivit påpekade och fått mothugg i en diskussion med personer av olika åsikter, istället får stå kvar oemotsagda. Detta är förstås inte alltid något negativt. Många ger uttryck för att man har svårt att uttrycka sin religiösa identitet och har således också svårt att ta plats i samhället som den person man är. Den internaliserade panoptismen kan också vara en bidragande orsak till att vissa väljer att gå med i slutna eller hemliga grupper då ens aktivitet i dessa inte syns för andra än gruppens medlemmar. Känslan av att vara övervakad försvinner i grupper där personer med liknande intentioner och religiösa åsikter möts. Dessa grupper kan alltså också fungera som lufthål för de som är rädda för utfrysning som möjlig följd av att man uttryckt sin religiösa åsikt. Medlemskap i en religiös grupp på Facebook kan också ge den känsla av gemenskap som vissa saknar. Dessa grupper kan således både ha positiva och negativa effekter. Det hade dock varit önskvärt att minoritetspersoner vågade vara öppna med sina religiösa åsikter, vilket hade kunnat slå hål på en del fördomar och kunnat bredda bilden av vad en jude, kristen eller muslim är.

Det visade sig lika vanligt bland religiösa som icke-religiösa att ta bort användare från sitt nätverk som uttryckte religiösa åsikter som man inte höll med om. De som gjorde detta menade att dessa användare uttryckte extrema åsikter. Att ta bort användare på grund av att

¹⁴¹ Jfr 2.3.5 Rör upp känslor.

¹⁴² Jfr 2.3.5 Rör upp känslor.

det innehåll de delar skapar vissa känslor i den egna personen, kan kopplas till Leon Festingers teori om kognitiv dissonans.¹⁴³ Tanken var att denna teori initialt skulle finnas med i denna studie. Dock visade det sig att teorin om kognitiv dissonans var svårapplicerad. Därför lämnas detta till framtida forskare som vill fördjupa sig i vilka psykologiska faktorer som spelar in när en användare navigerar på Facebook.

Att uttrycka sin religiösa åsikt är något många också upplever som politiskt. Antingen att den religiösa åsikten är starkt sammankopplad med den politiska åsikten eller att den religiösa åsikten i sig kan vara politisk. Ett exempel på det sistnämnda sågs i citatet från den judiska respondenten som beskrev att hon och hennes judiska vänner inte diskuterar den judiska kulturen eller religionen på Facebook. Hon trodde att detta kanske berodde på att det kunde uppfattas som politiskt.¹⁴⁴ Vilket är förståeligt när judar världen över kopplas ihop med de konflikter staten Israel är inblandade i.¹⁴⁵ Att livsåskådning också innefattar politisk åsikt är något man finner i definitioner av begreppet, exempelvis Jeffner

Viljan att uttrycka sin religiösa identitet men att man inte orkar eller vågar på grund av hur man tror att det ska bemötas av andra träder fram i den fenomenologiska reduktionen. Många menar att religiösa uttryck bemöts med negativa kommentarer, kritik, påhopp och missuppfattningar.¹⁴⁶ Det verkar också finnas en upplevelse av att det finns många fördomar bland icke-religiösa personer.¹⁴⁷ Att vara religiös går hand i hand med upplevelser av att inte bli tagen på allvar och rädslan för att bli isolerad från andra om man uttrycker sin religiösa åsikt på Facebook. Det framträder en fin balansgång mellan att vilja uttrycka sig och att samtidigt vilja bli tagen på allvar och inte skapa konflikter. Gemensamt för många av de respondenter som beskriver att de får negativ respons och upplever en oro för att bli isolerade, är att de svarat att de upplever att majoriteten av deras vänner håller en annan religiös åsikt än de själva. De är alltså del av en upplevd minoritet. Att vilja bli tagen på allvar och att därför hålla tillbaka sin religiösa åsikt, hör ihop med den upplevda minoriteten. De som däremot uppger sig ha samma religiösa åsikt som majoriteten av vännerna kommenterar inte kring påhopp eller oro. Deras kommentarer handlar istället om att de tagit bort extrema användare

¹⁴³ Festinger, L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press, 1957.

¹⁴⁴ Jfr 2.3.8 Religion är politiskt.

¹⁴⁵ Youcefi, F. Judehatet i Malmö. SVT Uppdrag Granskning. 2015-01-19. <http://www.svt.se/ug/judehatet-i-malmo>

¹⁴⁶ Jfr 2.3.3 Hårt diskussionsklimat.

¹⁴⁷ Jfr 2.3.7 Fördomar.

och att de inte diskuterar religion på Facebook då det urartar – inte för att det inte är accepterat i nätverket.¹⁴⁸

Några användare verkar dock strunta i huruvida det de delar på Facebook är provocerande då de vill vara *frimodiga* med den religiösa åsikten. Dessa användare möter troligen samma typ av respons som andra religiösa, samtidigt uttrycker en av dem hur andra med samma religiösa åsikt inte vågar gilla eller kommentera dessa inlägg. Istället skickar en del privata meddelanden med uppmuntrande ord.¹⁴⁹ Det är alltså dessa frispråkiga användare som inte bryr sig om innehållet i deras delningar kan uppfattas som provocerande som också blir de som syns. Kanske är det beträffande dessa en av respondenterna beskriver att hen med tanke på andra religiösa som har samma livsåskådning som hen väljer att inte dela saker med religiöst innehåll. Man blir ett språkrör som inte för allas talan, eftersom det är dessa som formar bilden av religiösa, de som törs synas och göra sina röster hörda. Det är också dessa som troligen formar den bild som finns av religiösa och också den bild många religiösa tar avstånd från när de väljer att inte dela sin religiösa åsikt. Man vill inte bli dömd eller satt i ett fack, man vill inte sätta upp väggar mellan sig själv och andra. Därför väljer också en del att bara prata om religion ansikte mot ansikte och inte över internet. Som en respondent skrev så är hon inte ”stereotypkristen”, vilket jag tolkar som att hon inte känner igen sig i den bild som finns av kristna. Därför väljer hon också att inte vara särskilt öppen med sin kristna tro på Facebook. Genom att inte uttrycka minoritetsåsikten cementeras också den allmänna uppfattningen om att det är en minoritetsåsiikt.¹⁵⁰

Att ta diskussioner och att berätta om sin religiösa åsikt ansikte mot ansikte skiljer sig från att göra det över Facebook. Vissa föredrar det. Även fast Facebook blivit en del av vardagen för många, innebär den fysiska frånvaron av personen man pratar med något för hur en konversation utvecklas. När man talar med någon ansikte mot ansikte hör man mer än bara orden de säger, man lyssnar också på tonläge och tittar på kroppsspråket. Genom att observera dessa kan en person ändra vad den ska säga om den exempelvis upptäcker att det den säger inte faller i god jord. Hur andra uttrycker sig på Facebook kan således påverkas av hur man själv uppfattar det de skriver. Om en person skämtar kan vara svårt att upptäcka alla gånger. Detta skulle också kunna vara varför så kallade emojis eller smileys används. Dessa visar

¹⁴⁸ Se även 3.3 Upplevd majoritet och religiösas själv censur på Facebook.

¹⁴⁹ Jfr 2.3.5 Rör upp känslor.

¹⁵⁰ Jfr 1.3.1 Tystnadsspiralen.

humör eller känslor man vill förmedla, exempelvis kan en blinkande emoji användas för att visa att personen som skriver skämtar eller så kan en glad emoji visa att personen är vänligt inställd.

Vilket bemötande man får på delningar med religiöst innehåll beror också på om man upplever att man delar majoriteten av vännernas religiösa åsikt eller inte. I den statistiska analysen visar det sig att de som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt också får positiv respons i mycket högre grad än de som upplever sig inte dela majoritetens åsikter.¹⁵¹ Detta är intressant ur det teoretiska perspektiv som denna studie utgår från, nämligen att den positiva responsen bekräftar den upplevelse man har av att man delar majoriteten av vännernas religiösa åsikt. Sambandet kan ses som ett tecken på det man kallar ekokammare, filterbubbla eller åsiktpolarisering.

Samtidigt finns det en uppgivenhet bland studiens respondenter när man menar att diskussioner om religion på Facebook inte leder någonstans. Att uttrycka sin religiösa åsikt är inte självklart i alla fall, utan man väljer istället att vara tyst. Några har gett upp om att försöka påverka andra människors åsikter och väljer då istället att vara tysta. Andra väljer att vara tysta för att man inte orkar ta en diskussion kring det man skriver eller delar och en del väljer att hålla tyst om sin religiösa åsikt för att få vara en del av en gemenskap.¹⁵²

3.3 UPPLEVD MAJORITET OCH RELIGIÖSAS SJÄLVCENSUR PÅ FACEBOOK

I den statistiska analysen av enkätsvaren visade det sig tydligt att upplevd majoritet påverkar användarnas självutlämnande och självcensurerande beteenden på Facebook. De som upplevde sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt hade lättare att vara öppna med sin religiositet. De som däremot upplevde sig hålla en annan religiös åsikt än majoriteten av vännerna valde att hålla tillbaka och dölja sin religiositet. De senare menade också att de hellre diskuterade religion med någon de kände väl eller litade på.¹⁵³

I analysarbetet visade det sig att det inte fanns någon märkbar skillnad i hur man svarade på frågorna om självcensur och självutlämning om man upplevde sig dela majoriteten av

¹⁵¹ Jfr 2.2.2 Upplevd majoritet.

¹⁵² Jfr 2.3 Innehållslig analys.

¹⁵³ Jfr 2.2.2 Upplevd majoritet.

vännerna i verkliga livets åsikter eller vännerna på Facebook. Kanske är det så att många av de vänner man har i verkliga livet också är de man har i sitt nätverk på Facebook. Det skulle också kunna vara så att några av de relationer man har till vännerna på Facebook är som Zhao m.fl. beskrev som *nonyma*.¹⁵⁴ Detta skulle kunna förklara varför det inte verkar finnas någon större skillnad mellan vännerna i verkliga livet och de på Facebook.

Av den statistiska analysen framgick ett samband mellan självzensur och självutlämning och upplevd majoritet. De som upplever sig vara i majoritet var öppna och delade gärna saker med religiöst innehåll. Delningar som också fick mycket positiv respons. Detta föder förstås känslan av att dela majoritetens åsikter, vilket gör att man har lättare att säga vad man tycker och vad man står för. Lägg märke till hur detta också är tecken på den filterbubbla eller isolering studien har haft som syfte att få ökad förståelse kring. En ekokammare där bekräftande åsikter studsar runt. Detta syns också tydligt när man ser hur religiösa i större utsträckning tar del av religiöst innehåll och icke-religiösa inte tar del av religiöst innehåll.¹⁵⁵ Intresset för religion gör att Facebooks filterfunktion listar innehåll av religiös karaktär högt på relevanslistan för vissa religiösa, medan det hamnar längre ned eller inte alls finns med på listan för icke-religiösa användare.

Dessvärre är detta ett något väntat symptom av Facebooks funktioner som hindrar religiösa möten. Som en av respondenterna beskrev så har Facebook varit ett ställe för henne att få en ögonöppnare när det kommit till institutionell religion.¹⁵⁶ Det är viktigt att mötas över religionsgränserna för att förhindra fördomar och låta människor få se religionen inifrån och inte utifrån som det lätt verkar bli på Facebook. Frågan är dock om Facebook är ett bra ställe där man kan förvänta sig att detta skall ske, särskilt med tanke på hur religiösa upplever det som hopplöst att försöka förklara eller diskutera religion. Kanske är vissa verkligen intresserade av att lära sig, som den tidigare nämnda kvinnan. Andra kanske däremot bara är ute efter att starta hätska diskussioner medan andra inte är öppna för att förändra sin syn på religion eller religiösa personer.

Oavsett vilket som kommer först, så finns det ett samband mellan hur öppna personer är med sina religiösa åsikter och om de upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt.

¹⁵⁴ Jfr 1.4.2 Religiösa uttryck på sociala medier.

¹⁵⁵ Jfr Figur 12, Figur 13 och 3.2 Hur det upplevs att uttrycka sig religiöst på Facebook.

¹⁵⁶ Jfr 2.3.2 Facebook som nätverk utifrån livsåskådningsperspektiv.

När en person upplever sig vara i majoritet är troligen situationsbundet. I vissa sammanhang som i religiösa grupper, kan en användare känna sig som en del av majoriteten, medan den i sitt vanliga nätverk på Facebook inte känner sig dela majoritetens åsikter. Andra upplever sig vara i majoritet oavsett kontext. Dessa som det visats sig tecken på att vara i en religionens eller livsåskådningens ekokammare. Dock visade även det statistiska resultatet att de som är religiösa och som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt, också följde personer som publicerade kring en annan livsåskådning. Jag vill därför understryka att studien snarare har pekat mot en isolering av religiösa i förhållande till icke-religiösa än mellan separata livsåskådningar som kristendomen och islam.¹⁵⁷

3.4 ÅSIKTER YTTRADE I MASSMEDIA OCH RELIGIÖSAS SJÄLVCENSUR PÅ FACEBOOK

Till skillnad från det förväntade resultatet som kunde ses i förhållandet mellan upplevd majoritet och självutlämnande och självcensurerande beteenden, så verkar inte de åsikter som förmedlas av massmedias kring religion och tro påverka dessa beteenden på det sätt som teorin menar. Dock måste man ha i åtanke att både medielandskapet och sättet vi umgås har ändrats sedan Noelle-Neumanns tid, särskilt i och med de sociala medierna och web 2.0. De som i enkäten svarade att de åsikter som massmedias förmedlar skiljde sig från den egna och ändå inte hade några problem med att självutlämna kan ha varit i en filterbubbla. Trots att åsikterna som media förmedlade skiljde sig från den egna var personerna öppna med vad de tyckte och självcensurerade inte. Detta skulle kunna tala för att de isolerats i en bubbla. Även om så är fallet kvarstår ändå faktumet att de inte påverkas av massmedia när de avväger om huruvida de ska stå för sina minoritetsåsikter i förhållande till massmedia förmedlar allmänna majoritetsåsikter. Det verkar således som om det är den närmsta kretsen som avgör om man självutlämnar, inte de av massmedia förmedlade nationens majoritetsåsikter. Den närmsta kretsen eller den upplevda majoriteten slår således högre än den allmänna religiösa åsikten förmedlad av massmedia. Jag vill dock inte avskriva massmedias roll helt, de kan fortfarande vara en faktor i avgörandet om självutlämning, men kanske är det så att man idag bildar sig en uppfattning om majoritetens åsikter genom just sociala medier som Facebook. Genom att se hur ämnen diskuteras på Facebook kan avgöra vilka åsikter som är gångbara eller inte. I och med internet växte samhället. Världen blev plötsligt mycket stor då man kunde ta del av information och nyheter enkelt och snabbt från världen över. Kanske var det i samma veva

¹⁵⁷ Jfr 2.2.2 Upplevd majoritet och 3.1 Hur man uttrycker sin livsåskådning på Facebook.

som den närmsta kretsen blev den som främst präglade hur vi uppfattar det som händer omkring oss. Massmedia fick en konkurrent i de sociala medierna. Genom att dagligen gå in på Facebook tar man del av vännernas uppdateringar och andra nyheter som Facebook filtrerat som relevanta. Därför är det kanske också viktigare att veta hur majoriteten av dessa vänner tycker i vissa frågor för att kunna passa in, än hur lokalbefolkningen eller hela det svenska folket tycker i stort. Detta stämmer också väl överens med den kritik tystnadsspiralen fått om att människor inte påverkas av vad främlingar eller nationen i stort tycker, utan att de snarare påverkas av vad familj och nära vänner tycker.¹⁵⁸

Som det framgick i 2.2.3 så upplever många religiösa att massmedias åsikter kring religion och tro skiljer sig från de åsikter som finns på det egna nätverket på Facebook. En bild som verkar finnas bland många religiösa är att media ger ett utifrånperspektiv som snarare (re)producerar fördomar än ger riktig kunskap. En upplevelse av att media inte vill förstå den religiösa personen.

Marcus Birro, en kristen krönikör, skriver under oktober 2015 en krönika i tidningen Folkbladet med titeln *Gud, så trött jag är på ateister* och sätter ord på mycket av det som många respondenter ger uttryck för i denna studie.¹⁵⁹ Han skriver om svensk medias snedvridna inställning till kristen tro. Birro beskriver hur det verkar finnas en inställning där ingen gott kan komma från kristna och att okunnigheten på redaktionerna i landet är stor.

De hårdföraste ateisterna sitter på landets redaktioner och alla andra dansar efter deras pipa. Jag vet många politiker som är bekännande kristna men som inte vågar säga ett ord om det, som ombeds att hålla tyst om det, som beordras att aldrig nämna ett enda ord om sin tro, eftersom de kommer få springa gatlopp i media om de gör det.¹⁶⁰

Det är alltså inte bara på Facebook som religiösa väljer att inte vara öppna med sin tro, utan även politiker verkar hålla tillbaka. Bilden av att inte bli tagen på allvar som religiös verkar också finnas i Sveriges riksdag. Fördomarna verkar finnas på många plan i samhället och frågan är hur ska man kunna slå hål på dem om bara ett fåtal tar debatten. Det är som tidigare nämnts också detta fåtal som blir den tongivande gruppen som syns och som med all säkerhet

¹⁵⁸ Jfr 1.3.1 Tystnadsspiralen.

¹⁵⁹ Birro, M. *Gud, så trött jag är på ateister*. Folkbladet. 2015-10-05.

<http://www.folkbladet.se/nyheter/norrkoping/gud-sa-trott-jag-ar-pa-ateister-8689745.aspx>

¹⁶⁰ Birro, 2015.

inte representerar den mångfald av religiösa uppfattningar som finns inom varje livsåskådning. Det är också på grund av den bild dessa tongivande personer skapar som många väljer att inte vara öppna med den religiösa åsikten.

4. SLUTORD

Efter att ha besvarat frågeställningarna i det föregående kapitlet vill jag sammanfatta vad som kommit ut av denna studie. Syftet var att ge ökad förståelse kring isolering utifrån livsåskådning mellan religiösa och icke-religiösa facebookanvändare. Studien ämnade också beskriva hur upplevd minoritet eller majoritet, påverkar hur benägen man är att uttrycka sina religiösa åsikter på Facebook. En upplevelse som enligt teorin konstrueras utifrån massmedia. Vidare syftade studien ge inblick i hur religiösa facebookanvändare upplever Facebook som plattform för att uttrycka religiös identitet. Detta för att ge ökad förståelse för svenska judar, kristna, muslimer och icke-religiösa facebookanvändares sociala tillvaro.

Syftet har genom frågeställningarna blivit uppfyllt. Av den statistiska och innehållsliga analysen framgår det att isolering existerar och att användare som upplever sig dela majoriteten av vännernas religiösa åsikt ofta ser uttryck för religiösa åsikter. De följer också flera personer som delar religiöst innehåll. Studien har också visat att många religiösa upplevt det svårt att vara öppna med sin religiösa åsikt på Facebook. De som haft det svårast är de som upplevt sig ha en annan religiös åsikt än majoriteten av vännerna. De oroar sig för vad andra ska tro och väljer att hålla vissa åsikter för sig själv, någon uttrycker till och med att hon skäms för att hon inte vågar vara mer öppen. De som däremot upplever att majoriteten av vännerna har samma religiösa åsikt som de själva har haft lättare att uttrycka den religiösa åsikten och har också omgetts av fler religiösa uttryck. Isoleringen existerar således. Hur man hamnar i dessa bubblor har inte studien berört, dock går det att lista ut på teoretisk väg genom att förstå hur Facebook fungerar – vilket presenterats tidigare.¹⁶¹ Genom att vara aktiv och visa intresse för religiösa frågor, klicka på länkar med religiöst innehåll, genom att gilla och kommentera andra religiösa personers delningar sätter mekanismerna igång. Snart finner man sig i en bubbla. De användare som däremot upplevde sig som en del av en minoritet vågade inte visa religiös aktivitet på Facebook i samma grad, därför hamnar inte de i drevet.

Frågan jag ställer mig är dock om dessa personer ställer för höga krav på sig själva när de uttrycker att de skäms eller önskar att de gjorde mer? I det verkliga livet i Sverige är man väldigt återhållsam och försiktig, man förväntas inte vara öppen med den religiösa åsikten. Denna anses snarare vara en privatsak. Förväntningarna verkar dock något annorlunda när det kommer till internet, där förväntas man ska stå för och gärna kunna diskutera sin religiositet.

¹⁶¹ Jfr Web 2.0 och Facebook.

Detta syns genom de användare som försöker vara *frimodiga* och visa detta genom att publicera om sin religiösa åsikt.

Att vara gömd bakom en skärm och på så sätt inte i direkt kontakt med den man pratar eller diskuterar med gör att många förs vara mer frispråkiga. Fenomenet internettroll skulle jag vilja hävda endast kan existera i den grad som det faktiskt gör tack vare anonymiteten. Genom att endast låta inloggade användare med riktiga namn få kommentera försökte tidningen Aftonbladet 2011 råda bot på det näthat som förekom i kommentarsfälten till tidningens nätartiklar.¹⁶² Dock verkar förväntan om frispråkighet trots nonymiteten hänga kvar och man förväntas kunna stå för och försvara sina åsikter på Facebook.

När det kommer till hur aktiva eller öppna religiösa personer är på Facebook finns det två ytterligheter; antingen är man aktiv och får medhåll från likasinnade eller så är man i minoritet och väljer att inte vädra sina åsikter i rädsla för att hamna utanför. Många av de som numera är tysta verkar tidigare ha försökt att diskutera religion men kommit till slutsatsen att det är lönlöst. Man upplever att man inte kommer kunna övertyga den man diskuterar med eller så missförstår den då man har helt olika perspektiv. Även här skiner en förväntan igenom, en förväntan på att man ska försvara religionen. Dock verkar det vara svårt att mötas då man ser att personer av andra livsåskådningar ofta har ett annat perspektiv och ibland faktiskt inte vill förstå.

För att bli förstådda efterlyser många religiösa inifrånperspektiv, både från media och från medmänniskor. För att förstå en person eller en religion måste man också försöka se personens religion inifrån; hur och varför tänker den religiösa utifrån dennes perspektiv? Ett perspektiv som man inom religionsvetenskapen kallar för emiskt. I ett emiskt perspektiv utgår man från den religiösa individens, gruppens eller traditionens självförståelse. Inte genom att ytligt titta på utifrån. Detta gäller såväl icke-religiösa individer som religiösa i försök att närma sig en medmänniska med en annan livsåskådning än den egna. Genom att göra detta kan man se personen och religionen på ett sätt som motverkar religiös segregation och (re)producerandet av fördomar om religion och religiösa individer. Kanske vore det något för medier att ta med sig, att nästa gång anta ett emiskt perspektiv i beskrivningen av en religion eller religiös person. I ett mindre kritiskt klimat blir det också enklare att vara öppen med sina

¹⁶² Rundkvist, F. Så ska näthatet stoppas. *Aftonbladet*. 2011- 08-30.
<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article13544925.ab>

åsikter och det bäddar för att flera olika åsikter kommer fram. Den religiösa isoleringen skulle kunna mjukas upp genom detta, om fler personer var mindre kritiska och mer öppna för vad religionen betyder för människor.

Det är också viktigt att användarna själva blir medvetna om hur Facebook fungerar så att de aktivt kan motverka isoleringen. Genom att aktivt visa intresse för andra livsåskådningar än den egna blir inte den religiösa isoleringen lika markant eller till och med obefintlig. Detta är knappast realistiskt att förvänta sig från gemene man, då det faktiskt också handlar om ett intresse av att minska religiös segregation. Det skulle dock kunna vara något man inom skolan lär sina elever, att vara medvetna om de filter Facebook och andra sidor använder. Detta är inte bara något man bör ta upp i kurser i datakunskap utan också i religionskunskap. Min rekommendation är att facebookanvändare bör vara medvetna om denna isolering och att de försöker motverka den. Genom att göra det öppnar man upp för religiösa möten, vilka i sin tur är väldigt viktiga för att sticka hål på de fördomar som existerar om religiösa av olika slag. För ett samhälle där alla kan vara sig själva.

REFERENSER

ELEKTRONISKA KÄLLOR

- Arbetsförmedlingen. Sociala medier i jobsökandet. <http://www.arbetsformedlingen.se/For-arbetssokande/Cv-och-ansokan/Tips-och-rad/Sociala-medier.html#.Vfqv8hHtmko>
- Dijk, v J. *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford Scholarship Online, 2013. doi: 10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001
- ”Eli Pariser: Var medvetna om ”filterbubblorna” på nätet”, [Video], tillgänglig: https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles?language=sv, 2011.
- Facebook. Vilka är sekretessalternativen för grupper? 2015. <https://sv-se.facebook.com/help/220336891328465>
- Findahl, O. & Davidsson, P. Svenskarna och internet. *Internetstiftelsen i Sverige*. 2015. https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015_Sociala_medier.pdf
- Google. Skapa fina formulär: Samla och ordna mycket information med Google formulär. Gratis. *Formulär*. 2015. <https://www.google.se/intl/sv/forms/about/>
- Journalistförbundet. Publicitetsregler. 2013. <https://www.sjf.se/yrkesfragor/yrkesetik/spelregler-for-press-radio-och-tv/publicitetsregler>
- Lagerblad, A. Livet på Fejan. Idagsidan. *Svenska Dagbladet*. 2010-08-06. <http://www.svd.se/livet-pa-fejan>
- Messenger. Features. 2015. <https://www.messenger.com/features>
- Nämnden för Statligt Stöd till Trossamfund. Statistik 2013. 2013. <http://www.sst.a.se/statistik/statistik2013.4.2221f657149ccb048e3446f5.html>
- Svenskarna och internet 2014. Facebook dominerar fortfarande. *Kommunikation och sociala nätverk*. 2014. <http://www.soi2014.se/kommunikation-och-sociala-natverk/facebook-dominerar-fortfarande/>
- Vetenskapsrådet. Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning. <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>
- Youcefi, F. Judehatet i Malmö. SVT Uppdrag Granskning. 2015-01-19. <http://www.svt.se/ug/judehatet-i-malmo>

TRYCKTA KÄLLOR

- Abalo, E. & Danielsson, M. *Digitalisering och social exklusion – Om medborgares användning av och attityder till Arbetsförmedlingens digitala tjänster*. Växjö: Växjö University Press, 2008.
- Alberti, Å. & Gustafsson, L. *Betalningssättens påverkan på ehandelskonsumenters köpbeslut – en undersökning bland högskolestudenter*. Examensarbete 15 hp, Högskolan i Gävle, 2013.

- Andersson, D. & Sander, Å. *Det Mångreligiösa Sverige: Ett landskap i förändring*. Lund: Studentlitteratur, 2009.
- Barmark, M. & Djurfeldt, G. *Statistisk verktygslåda: att förstå och förändra världen med siffror*. Lund: Studentlitteratur, 2015.
- Birro, M. *Gud, så trött jag är på ateister*. Folkbladet. 2015-10-05.
<http://www.folkbladet.se/nyheter/norrkoping/gud-sa-trott-jag-ar-pa-ateister-8689745.aspx>
- Bobkowski, P. S. & Pearce, L. D. Baring Their Souls in Online Profiles or Not? Religious Self-Disclosure in Social Media. *Journal for the Scientific Study of Religion*. 50 no.4 (2005): 744–762. doi: 10.1111/j.1468-5906.2011.01597.x.
- Bryman, A. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 1. uppl. Malmö: Liber AB, 2009.
- Bryman, A. *Social research methods*. 4. uppl. Oxford: Oxford University Press, 2012.
- Bråkenhielm, C-R. (red.) *Aktuella livsåskådningar. D. 1 - Existentialism, marxism*. 3. oförändr. uppl. Nora: Nya Doxa, 1992.
- Campbell, H. A. & Lövheim, M. Introduction. *Information, Communication & Society*. 14 no. 8 (2011): 1083 –1096. doi: 10.1080/1369118X.2011.597416.
- Chaves, M. *American Religion: Contemporary Trends*. Princeton: University Press, 2013.
- Cresswell, J. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California, USA: SAGE Publications, 2009.
- Fejes, A. & Thornberg, R. *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber, 2012.
- Festinger, L. *A theory of cognitive dissonance*. Nytryck 1976. Stanford: Univ. press, 1962.
- Foucault, M. *Övervakning och straff: fängelsets födelse*. Lund: Arkiv, 1987.
- Geist, M. (red). *Law, Privacy and Surveillance in Canada in the Post-Snowden Era*. 28-05-2015. The University of Ottawa Press.
<http://www.ruor.uottawa.ca/handle/10393/32424>
- Gelin, M. Facebook har startat ett unikt informationsmonopol. Ekonomi. *Dagens Nyheter*. 2015-10-09. <http://www.dn.se/ekonomi/facebook-har-skapat-ett-unikt-informationsmonopol/>
- Gunnarsson, G J. Från livsåskådning till livstolkning – om 37 religionspedagogisk begreppsutveckling. I *Livet tillfrågas: teoretiska förutsättningar för en livsfrågeorienterad religionsundervisning*, Gunnarsson, G J., Grönlén Zetterqvist, K. & Hartman, S G., 37-82. Stockholms universitet, Stockholm, 2009.
- Hartman, S G. *Barns tankar om livet*. Stockholm: Natur och kultur, 1986.
- Hedenius, I. *Att välja livsåskådning*. Stockholm: Bonniers, 1951.
- Henriksson, L. *Som att hälla vatten på en gås!: En kvalitativ studie om att vara religiös på sociala medier*. Kandidatuppsats. Umeå Universitet, 2015.
- Hope Cheong, P. Fisher-Nielsen, P. Gelfgren, S. & Ess, C.(red.). *Digital Religion, Social Media and Culture*. New York: Peter Lang Publishing, Inc, 2012.
- Jacobsen, D I. *Vad, hur och varför? Om metodval i företagsekonomi och andra*

samhällsvetenskapliga ämnen Lund: Studentlitteratur, 2002.

- Jönsson, T. & Zacheja, V. *Hot, våld och trakasserier mot lärare: en fenomenografiskt inspirerad studie vad gäller rektors och lärares uppfattningar*. Kandidatuppsats. Högskolan i Halmstad, 2009.
- Lindfeldt, M. *Att förstå livsåskådningar – en metateoretisk analys av teologisk livsåskådningsforskning med anknytning till Anders Jeffners ansatser*. Stockholm: Elanders Gotab, 2003.
- Kjellsdotter Rydinger, M & Al Tawalbeh, O. *Tro, hopp och fördom: religion som resurs i mötet med den andra*. Stockholm: Proprius, 2014.
- Kurtén, T. *Bakom livshållningen: Studier i moderna livsåskådningar och deras begreppsliga förutsättningar*. Åbo: Åbo Akademi, 1997.
- Kvale, S. & Brinkman, S. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur, 2009.
- Moy, P., Domke, D. & Stamm, K. The Spiral of Silence and Public Opinion on Affirmative Action, *Journalism and Mass Communication Quarterly*. 78 no.1 (2001): 7-25.
- Noelle-Neumann, E. *The spiral of silence: public opinion, our social skin*. 2. uppl. Chicago: University of Chicago Press, 1993.
- Pariser, E. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. London: Penguin Group, 2011.
- Rundkvist, F. Så ska näthatet stoppas. *Aftonbladet*. 2011- 08-30.
<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article13544925.ab>
- Skolverket. *Läroplan, examensmål och gymnasiegemensamma ämnen för gymnasieskola 2011*. Stockholm: Skolverket, 2011.
- Tuoma, T. *Social isolering: En studie om åsiktpolarisering och normativ press i sociala medier*. Kandidatuppsats. Umeå Universitet, 2014.
- Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*. 24 no. 5 (2008): 1816–1836. doi: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

FIGUR- OCH TABELLFÖRTECKNING

FIGURER

<i>Figur 1. Ökande grad av självutlämnande</i>	17
<i>Figur 2. Åldersfördelning</i>	32
<i>Figur 3. Fördelning livsåskådningar</i>	32
<i>Figur 4. Religiösas och icke-religiösas upplevelse av majoriteten av vännerna i verkliga livets religiösa åsikt</i>	34
<i>Figur 5. Religiösas och icke-religiösas upplevelse av majoriteten av vännerna på Facebooks religiösa åsikt</i>	35
<i>Figur 6. Upplevd majoritet och minoritet * Diskuterar religion eller tro med någon man litar på</i>	37
<i>Figur 7. Upplevd majoritet och minoritet * Det är bättre att hålla tyst om religiös åsikt om man är osäker på acc.</i>	37
<i>Figur 8. Upplevd majoritet och minoritet * Det är enkelt att uttrycka religiös åsikt</i>	38
<i>Figur 9. Upplevd majoritet och minoritet * Får ofta positiv respons på delningar med religiöst innehåll</i>	39
<i>Figur 10. Upplevd majoritet och minoritet * Ser uttryck för den egna religiösa åsikten (livsåskådningen)</i>	39
<i>Figur 11. Upplevd majoritet och minoritet * Ser uttryck för andre religiösa åsikter än den egna</i>	40
<i>Figur 12. Upplevd majoritet och minoritet * Följer någon som delar den religiösa åsikten</i> ..	41
<i>Figur 13. Upplevd majoritet och minoritet * Följer någon med annan religiös åsikt</i>	41
<i>Figur 14. Upplevelse av att massmedias åsikter kring religion och tro skiljer sig från nätverkets.</i>	43
<i>Figur 15. Religiösas och icke-religiösas intresse för att läsa om religion och tro på sociala medier</i>	43
<i>Figur 17. Andel av religiösa som använder ovanstående sätt att uttrycka sin religiösa identitet</i>	46
<i>Figur 18. Översikt över resultat av fenomenologisk reduktion</i>	47

TABELLER

Tabell 1. I vilken utsträckning religiösa och icke-religiösa tagit bort användare av annan religiös åsikt	42
Tabell 2. Hur religiösa och icke-religiösa upplever att medias religiösa åsikter skiljer sig från den egna.....	44
Tabell 3. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Undviker lägga upp saker med religiöst innehåll.....	44
Tabell 4. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Bättre att hålla tyst om religiös åsikt	45
Tabell 5. Massmedias åsikter skiljer sig från den egna * Enkelt att öppet uttrycka religiös åsikt	45

BILAGOR

Bilaga 1 - Enkäten

Religiösa möten och uttryck på Facebook

Tidsåtgång: ca 5 minuter.

1. Hur gammal är du? _____

2. Kön:

- Kvinna
- Man
- Other: _____

3. Hur ofta loggar du in på Facebook?

- 1-3 gånger i månaden
- 1-3 gånger i veckan
- En gång om dagen
- Flera gånger om dagen

4. Vilken är din livsåskådning?

Vilken religion (eller ickereligion) hör du till?

- Judendom
- Kristendom
- Islam
- Ateist *After the last question in this section, skip to question 28.*
- Agnostiker *After the last question in this section, skip to question 28.*
- Other: _____

5. Är du intresserad av att läsa om religion och tro på sociala medier?

1	2	3	4
Nej, inte alls			Ja, väldigt

6. Upplever du att massmedias åsikter kring tro och religion skiljer sig från hur du upplever att ditt nätverk (dina vänner) på Facebook tycker om det?

Mark only one oval.

- Ja
- Nej
- Vet inte
- Other: _____

7. Vad tror du majoriteten av dina vänner på Facebook tycker om din religiösa åsikt (livsåskådning)?

1	2	3	4	5
De håller inte med				De håller med

8. Vad tror majoriteten av dina vänner i verkliga livet tycker om din religiösa åsikt (livsåskådning)?

Klasskamrater, arbetskamrater osv.

1	2	3	4	5
De håller inte med				De håller med

9. Har du angett din religiösa uppfattning på Facebook under fliken "om mig"?

- Ja
- Nej
- Vet inte

10. Har du någonsin tagit bort en person från ditt nätverk för att den uttryckt en religiös åsikt som du inte håller med om?

- Ja
- Nej
- Vet inte

11. Följer du någon som delar din religiösa åsikt (livsåskådning) och som publicerar saker om denna (livsåskådning)?

Person, organisation, religiös ledare m.fl.

- Ja, flera
- Ja, någon enstaka
- Nej

12. Följer du någon som har en annan religiös åsikt (livsåskådning) än din och som publicerar saker om denna (livsåskådning)?

Person, organisation, religiös ledare m.fl.

- Ja, flera
- Ja, någon enstaka
- Nej

13. Kryssa i om du är medlem i några religiösa grupper med följande sekretess på Facebook?

Check all that apply.

- Öppen grupp
- Sluten grupp
- Hemlig grupp
- Vet inte
- Inte med i religiös grupp

14. Kommenter till någon av frågorna ovan (frivilligt):

23. Kryssa i vilka alternativ du använder för att uttrycka din livsåskådning (religiösa identitet).

Check all that apply.

- Skriver egna statusuppdateringar.
- Länkar själv videos eller sidor.
- Läger själv upp bilder.
- Delar andras statusuppdateringar.
- Delar andras länkar av videos eller sidor.
- Delar andras bilder.
- Gillar andras statusuppdateringar.
- Gillar andras länkar av videos eller sidor.
- Gillar andras bilder.
- Ingen av dessa.
- Other: _____

24. Händer det att du tagit bort inlägg eller kommentarer du skrivit med religiöst innehåll efter de är publicerade?

- Ja
- Nej
- Vet inte

25. Om du svarade "Ja" på frågan ovan, hur ofta?

26. Händer det att du börjat skriva inlägg eller kommentarer med religiöst innehåll eller budskap men raderat före publicering?

- Ja
- Nej
- Vet inte

27. Om du svarade "Ja" på frågan ovan, vilka skäl kan ligga bakom valet att radera?

- Sida 3 -

Nu är du i princip klar, men först:

28. Har du några övriga kommentarer kring enkäten?

29. Är du över 18 år och skulle kunna tänka dig att ställa upp på en kortare telefonintervju med vidare frågor kring ämnet religion och Facebook? Lämna gärna telefonnummer eller mailadress för eventuell vidare kontakt!

Personuppgifter och telefonnummer skyddas i enlighet med Personuppgiftslagen (PUL).

30. Jag är över 18 år och samtycker att forskaren behandlar eventuella personuppgifter enligt Personuppgiftslagen.

De uppgifter som kan knyta enkäten till dig som person (telefonnummer eller mailadress) kommer att hållas hemliga och endast användas för eventuell kontakt för telefonintervju. Personuppgiftsansvarig är Rebecca Einarsson, Umeå Universitet, institutionen för Idé och Samhällsstudier, mailadress: rebeccaenarsson@gmail.com, Handledare: Hanna Zipernovszky, mailadress: hanna.zipernovszky@umu.se.

- Ja

Bilaga 2 – Informationstext

Är du över 18 år och kan tänka dig att delta i en studie om religiösa uttryck och möten på Facebook? (ca 5 minuter)

Att mötas över religionsgränserna är viktigt för att förebygga fördomar. Denna studies syfte är att undersöka hur religiösa (och ickereligiösa) personer upplever Facebook och i vilken utsträckning personer av olika religion möts.

Informationen som samlas in med hjälp av enkäten kommer att användas för att undersöka religiös isolering på Facebook. Det är frivilligt att delta i undersökningen och du har rätt att när som helst välja att avbryta deltagandet utan att ange skäl till detta. Enkäten besvaras på internet och svaren kommer att behandlas konfidentiellt. Svaren kommer endast användas till denna undersökning och resultatet kommer att presenteras så att ingen enskild person kan identifieras av utomstående.

Jag som genomför undersökningen heter Rebecca Einarsson och studerar vid institutionen för idé- och samhällsstudier, Umeå Universitet. Jag läser min sista termin på Lärarprogrammet i religion och matematik och denna enkätundersökning ingår i mitt examensarbete. Arbetet genomförs under handledning av docent Hanna Zipernovszky. Om du har några frågor är du välkommen att höra av dig!