

Ungdomspolitikere og sosiale medier

**Hvilke utfordringer og muligheter finnes-
en casestudie av ungdomspolitikere i Fredrikstad.**

Simen Amundsen



UNIVERSITETET I BERGEN

Institutt for sammenlignede politikk

Masteroppgave

Våren 2024

© Forfatter: Simen Amundsen

År 2024 Tittel: Ungdomspolitikere og sosiale medier.

Sammendrag

Denne masteroppgaven tar sikte på å gi et bidrag til eventuell forskning rundt hvilke muligheter og utfordringer ungdomspolitikere ser ved bruk av sosiale medier til å fronte politikk. Selv om denne oppgaven fokuserer på ungdomspolitikere i Fredrikstad, så vil det være nærliggende å tro at den kan være et bidrag til eventuell forskning rundt temaet på landsbasis. Sosiale medier blir en stadig større del av folk sin hverdag, og med inntoget av disse nye plattformene så forandrer det måten vi tilegner oss kunnskap og får nyheter på. Mulighetene som kommer med sosiale medier er mange, men samtidig er det slik som denne oppgaven peker på også utfordringer knyttet til de sosiale mediene. Ungdomspolitikere vil være morgendagens politikere, og deres tanker rundt bruk av sosiale medier til å fronte politikk vil være meget interessant. Nettopp for å kunne danne seg et bilde av hvordan disse plattformene vil være med på å forme fremtidens politikk. Oppgaven har ved hjelp av syv intervjuer med ungdomspolitikere fra Fredrikstad ønsket å gi økt kunnskap om dette temaet. I så å si alle intervjuene har ungdomspolitikere jevnt over vist en imponerende refleksjon over muligheter og utfordringer ved bruk av sosiale medier. Det som kanskje har overrasket meg mest gjennom intervjuene er deres gjennomtenkte tanker rundt utfordringer ved sosiale medier. En tanke jeg hadde før jeg startet på dette prosjektet var at jo yngre man er, jo mer ukritisk positivt innstilt vil man være til bruken av sosiale medier. Men det som ungdomspolitikere sier er at de ser klare fallgruver og utfordringer knyttet til hets og hatkommentarer, samtidig som det uttrykkes bevisste tanker om at sosiale medier kan føre til ekkokamre, økende polarisering, populisme og utfordringer knyttet til demokratiet på grunn av sosiale medier. Som en kommentar til det så vil jeg si at det er imponerende og gledelig å høre at disse ungdomspolitikere har to tanker i hodet samtidig, og at de klarer å se både muligheter og utfordringer. Det var også gledelig å høre alle de fine refleksjonene de hadde rundt dette temaet, det er helt tydelig for meg at dette temaet var noe de var opptatt av, og som de hadde gjort seg opp tanker og meninger om.

Forord

Masteroppgaven er avslutningen på et treårig deltidsstudium på Universitetet i Bergen som heter Demokratibyggning. I løpet av den tiden har jeg fått tatt del i emner som korrupsjonsgransking, demokratiassistanse, terrorisme og feltmetodikk. Gjennom alle disse temaene har jeg fått utviklet min kunnskap om temaer som er viktig for demokrati og demokratibyggning. Som mangeårig samfunnsfaglærer i ungdomsskolen er jeg klar over viktigheten av å ha gode kunnskaper om demokratiet, og da spesielt viktigheten av å kunne lære det bort. Dette studiet har økt min bevissthet rundt temaet, og gitt meg mye innfallsvinkler, nyttig lærdom og inspirasjon som jeg skal ta med meg inn i klasserommet.

Jeg vil rette en stor takk til min veileder Jana Birke Belschner ved Universitetet i Bergen. Takk for din positivitet og gode veiledning.

Gjennom hele dette studiet har vi vært tre gode kollegaer og venner som har tatt studiet sammen. Lars og Lars Erik, det hadde ikke vært mulig for meg å komme dit jeg er i dag uten dere. Vi har klart å drive hverandre fremover og pushe oss dit vi er i dag. Takk!

Innholdsfortegnelse

1.	Innledning.....	5
1.1	Tema.....	5
1.2	Forskningsspørsmål.....	7
1.3	Tidligere forskning om temaet.....	7
1.4	Data og metode som er brukt i oppgaven.....	9
1.5	Funn fra oppgaven.....	9
1.6	Oversikt over oppgaven.....	9
2	Litteraturoversikt.....	10
3	Teori og begrepsavklaring.....	12
3.1	Sosiale medier.....	12
3.1.1	Bruk av sosiale medier.....	15
3.1.2	Ungdommens politiske bruk av sosiale medier.....	16
3.1.3	Bruk av sosiale medier i lokalpolitikken.....	18
3.2	Utfordringer ved bruk av sosiale medier.....	19
3.2.1	Trusler mot politikere i sosiale medier.....	20
3.2.3	Spredning av falsk informasjon på sosiale medier.....	21
3.2.4	Politisk markedsføring i sosiale medier.....	22
3.2.5	Sosiale medier og demokratiutfordringer.....	23
3.3	Mulighetene med sosiale medier.....	24
3.3.1	Bruk av sosiale medier blant politikere.....	25
3.3.2	Politisk kommunikasjon i sosiale medier.....	27
4	Metode.....	32
4.1	Innledning.....	32
4.2	Kvalitativ metode.....	33
4.3	Utvelgelse og rekruttering av informanter.....	33
4.4	Gjennomføring.....	34
4.5	Spørsmålene og intervjuguide.....	34
4.6	Etikk.....	37
4.7	Analyse.....	38
5	Funn og analyse.....	38
5.1	Presentasjon av funn.....	39
5.2	Diskusjon av funn opp mot allerede gjennomgått litteratur og forskning.....	42
5.3	Muligheter ved bruk av sosiale medier.....	42
5.4	Utfordringer ved bruk av sosiale medier.....	43
5.5	Relevansen av funnene fra oppgaven.....	45

6	Konklusjon	46
	Bibliografi	47
	Vedlegg.....	49
	Vedlegg 1 - Oversiktstabell over intervjuene	49
	Vedlegg 2 - Intervjuobjekt 1	53
	Vedlegg 3 – Intervjuobjekt 2	63
	Vedlegg 4 – Intervjuobjekt 3	75
	Vedlegg 5 – Intervjuobjekt 4	78
	Vedlegg 6 – Intervjuobjekt 5	81
	Vedlegg 7 – Intervjuobjekt 6	90
	Vedlegg 8 – Intervjuobjekt 7	100

1. Innledning

1.1 Tema

Tema for denne oppgaven er ungdomspolitikere og sosiale medier. Oppgaven tar sikte på å svare på spørsmål knyttet til hvordan ungdomspolitikere bruker sosiale medier til å fronte politikk, og hvilke muligheter og utfordringer de ser ved bruk av sosiale medier til å fremme et politisk budskap. Dette temaet er et viktig tema fordi ungdomspolitikere er de som i fremtiden ønsker å bli våre folkevalgte, og deres tanker rundt bruken av sosiale medier er viktig for å kunne gi en pekepinn på fremtidens kommunikasjonsform mellom politikere og velgere. Fremveksten av sosiale medier gir nye muligheter til å kommunisere, og nå ut med et budskap til potensielt veldig mange mennesker. Derfor er det meget interessant å se hvordan ungdomspolitikere nyttiggjør seg av de sosiale medier plattformene for å kommunisere et politisk budskap.

I dagens samfunn har så å si alle tilgang til internett og en smarttelefon (Aftret-Sandal, et al. 2020). Mediehverdagen vår er i stor endring, og tilgangen til ny teknologi er med på å forme den (Aftret-Sandal, et al. 2020). I løpet av de siste ti årene har sosiale medier utviklet seg fra å være et fenomen til å bli en reell utfordrer til de etablerte mediene (Enli og Aalen 2023b). Etter at Facebook ble tilgjengelig på norsk i 2007 har utbredelsen av sosiale medier virkelig fått fart (Enli og Aalen 2023b). I følge en rapport utgitt av SSB i 2018 er 80% av befolkningen mellom 16-79år brukere av sosiale medier (Røgeberg 2018). Rapporten viser også at det er den yngste

gruppen, altså de mellom 16-24 som er de mest aktive (Røgeberg 2018). I denne delen av befolkningen svarer 9 av 10 at de er på sosiale medier daglig/nesten daglig (Røgeberg 2018). Disse tallene fra SSB understøttes av tallene fra ungdomdata undersøkelsen fra 2020 som gjennomføres av medietilsynet. Den viser at 90% av alle barn og unge mellom 9-18 år er aktive på ett eller flere sosiale medier (Aftret-Sandal, et al. 2020). Der kommer det også frem at nesten halvparten av ungdommene i den samme aldersgruppen bruker sosiale medier i to til tre timer hver dag, mens litt under en tredjedel oppgir at de bruker sosiale medier mer enn det (Aftret-Sandal, et al. 2020). Dette innebærer en stor endring i hva ungdommen bruker tid på i forhold til tidligere generasjoner, og derfor vil jeg anta at det vil forandre måten både kommersielle aktører og myndighetspersoner velger å markedsføre seg og sine interesser på. Det betyr at det ligger store muligheter for politikere til å nå ut til veldig mange, og spesielt den yngre delen av befolkningen gjennom å aktivt bruke sosiale medier til å fronte sin politikk. Litt forenklet så kan man muligens si at man må prøve å nå ut til ungdommen der de er, altså på de sosiale mediene. Det blir derfor viktig for oppgaven å se på hvilke muligheter ungdomspolitikere mener at sosiale medier gir til å nå ut til den yngre delen av befolkningen, og for å kunne skape et politisk engasjement.

Et velfungerende demokrati er avhengig av å ha frie og uavhengige medier (Norad 2015). Det er viktig for samfunnet at man har et mangfold av uavhengige kanaler for å kunne få en åpen samfunnsdebatt, og for å få satt et kritisk søkelys på makt og myndighetsutøvelse (Norad 2015). På regjeringens hjemmeside omtaler de ytringsfriheten som en forutsetning for et fungerende demokrati (Regjeringen 2021). Det understrekes at regjeringen i møte med den digitale utviklingen vil jobbe aktivt for at ytrings- og informasjonsfrihet skal ivaretas i det digitale rom (Regjeringen 2021). Det er derfor veldig interessant å se i hvilken grad sosiale medier spiller inn på utøvelsen av ytring og informasjonsfrihet blant ungdomspolitikere. Hva mener de om debattmiljøet som møter dem når de fronter politiske kampsaker i sosiale medier? Kan et tøft debattmiljø føre til at mange kvier seg for å dele meninger og fronte politikk, og da igjen føre til at man knebler unge politikere sine meninger og stemme i samfunnsdebatten?

Jeg har gjennom min jobb som samfunnsfaglærer i over ti år arbeidet tett med temaet politikk og ungdom i klasserommet. Som lærer kommer jeg tett på ungdommers tanker rundt hva som er viktig for dem i samfunnet, og jeg merker godt deres engasjement i aktuelle samfunnsaker. Et eksempel på det er den store ungdomsprotesten som fikk navnet «skolestreik for miljøet» i Mars 2019. Her tok tusenvis av elever helt fra barneskolen til videregående skole til gatene i

hele landet for å vise sitt engasjement og støtte til miljøkampen. Dette er et godt eksempel på at ungdommer viser politisk engasjement.

Jeg merker også et sterkt økende engasjement rundt stadig flere sosiale medier plattformer blant ungdommen. Jeg synes det derfor er veldig interessant å skulle se etter politisk engasjement på sosiale medier. Jeg ønsker da å spesifikt knytte ungdomspolitikere sitt engasjement opp mot bruken av sosiale medier, og i hvilken grad de benytter seg av det for å fronte politiske kampanjer og meninger. Sosiale medier er også i en sterk utvikling med stadig nye plattformer, og derfor er det også interessant å skulle se på måten ungdomspolitikere når ut med sitt politiske budskap. Hvilke muligheter mener de at sosiale medier åpner opp for dem, og hvilke utfordringer byr sosiale medier på.

1.2 Forskningsspørsmål

Forskningsspørsmålet mitt er i stor grad påvirket av mitt arbeid med ungdom i over ti år, og det er også derfor jeg synes det er veldig spennende å skulle skrive en masteroppgave om dette.

Forskningsspørsmålet er som følger:

«Hvilke muligheter og utfordringer er det norske ungdomspolitikere ser ved bruk av sosiale medier?»

Oppgaven vil ta for seg i hvilken grad ungdomspolitikere i Fredrikstad velger å benytte seg av sosiale medier, og hvilke sosiale medier de bruker. Hvorfor eller hvorfor ikke velger de å fronte politikken i sosiale medier? Jeg ønsker også å finne ut hva ungdomspolitikere i Fredrikstad mener om debattklimaet de møter når de fronter politiske saker i sosiale medier. Med det så vil man også kunne finne ut om sosiale medier har vært med på å forandre debattklimaet for ungdomspolitikere? Det blir spesielt interessant å få et innblikk i hvordan ungdomspolitikere benytter seg av forholdsvis nye plattformer som Instagram, Snapchat og Tiktok, og om dette er plattformer som de opplever som hensiktsmessige å bruke for å nå ut med sitt politiske budskap.

1.3 Tidligere forskning om temaet

Det finnes noe tidligere forskning omkring temaet, men jeg finner ingen forskning som er helt lik som i denne oppgaven. Bernard Enjolras og Signe Bock Seggaard (2011) lagde en rapport som handlet om i hvilken grad ungdommen bruker sosiale medier til politisk bruk. Et av funnene i deres forskning sier at for de som allerede har et politisk engasjement, så fremstår

Facebook som en viktig plattform for politisk deltagelse, mobilisering og demonstrasjoner. Videre har Steinveg og Bjørnå (2023) forsket på muligheter og utfordringer knyttet til bruk av sosiale medier i lokalpolitikken. Et av funnene fra deres forskning er at sosiale medier er blitt en integrert del av hverdagen til lokalpolitikere.

Kolltveit, Karlsen og Aardal (2022) gjennomførte en undersøkelse av 933 ungdomspolitikere for å finne omfanget av trusler og hatefulle ytringer. De peker på at trusler mot ungdomspolitikere kan være med å presse de vekk fra en politisk karriere. 58% av de spurte i deres undersøkelse har opplevd hatefulle ytringer, og da som oftest i sosiale medier eller i et kommentarfelt på nett. Deres forskning kan ses i sammenheng med Bjørge, Tamassen og Strype (2021) sin rapport om trakassering og trusler mot politikere. Av de spurte sentralstyremedlemmene i ungdomspartiene i denne undersøkelsen svarer 41% at de har opplevd hatmeldinger og sterke mishagsytringer i sosiale medier.

I Zhuravskava, Petrova og Enikolopov (2020) sin artikkel fokuserer de på for dårlige standarder for faktasjekking i sosiale medier og ser det i sammenheng med økt spredning av falske nyheter. Denne utfordringen er noe Vosoughi og Sinan (2018) sin forskning på spredning av sanne og usanne nyhetssaker på Twitter fra 2006-2017 understøtter. Deres forskning viser at usanne nyheter spredte seg både dypere, lenger og raskere enn sannheten og særlig når det gjelder politiske nyheter. Et av funnene fra deres forskning er at det tok seks ganger så lang tid å nå ut til 1500 mennesker for en sann historie enn en falsk historie.

Gunn Enli (2015) sin forskningsartikkel tar for seg mulighetene norske partiledere ser ved bruk av sosiale medier. I hennes forskningsartikkel kommer det frem at norske toppolitikere legger vekt på muligheten til å styre timingen, vinklingen og det tematiske fokuset i sosiale medier, uten noen form for innblanding. Petrova, Sen og Yildirim (2021) sin undersøkelse fokuserer på mulighetene amerikanske politikere ser ved bruk av sosiale medier, og hvordan det brukes i valgkampen for en plass i Kongressen. De viser til at politikere i USA har intensivert bruken av sosiale medier plattformer det siste tiåret for å nå ut til sine velgere. I deres undersøkelse kommer det frem at det er 80% av alle statsledere i verden som bruker X til å kommunisere med velgerne. Videre har Larsson og Kalsnes (2014) i en undersøkelse sett på bruken av sosiale medier på Stortinget i Norge og i Sverige. Undersøkelsen deres viser at det er de yngre politikere som ikke har de mest sentrale vervene som er de mest aktive brukerne av sosiale medier.

1.4 Data og metode som er brukt i oppgaven

Oppgaven har søkt å finne svar på problemstillingen ved bruk av kvalitativ metode, der det har blitt gjennomført semi-strukturerte intervjuer med syv aktive ungdomspolitikere fra Fredrikstad kommune. Gjennom disse intervjuene har oppgaven fått direkte informasjon om hvilke muligheter og utfordringer ungdomspolitikere ser ved bruk av sosiale medier til å fronte politikk. Intervjuene har gitt oppgaven en mulighet til å komme i dybden på problemstillingen, og intervjukandidatene har fått fortelle relativt fritt om sine tanker og erfaringer knyttet til temaet. Det er med bakgrunn i det som blir fortalt i intervjuene at oppgaven kan peke på funn knyttet til problemstillingen.

1.5 Funn fra oppgaven

Med bakgrunn i de intervjuene som har blitt gjort, finner man at ungdomspolitikere i Fredrikstad ser både muligheter og utfordringer knyttet til bruk av sosiale medier for å fronte politiske meninger. Av de mulighetene som ungdomspolitikere peker på i intervjuene kan man trekke frem muligheten til å nå ut til mange flere enn det man ellers ville ha gjort som en stor fordel. Det kan igjen være med på å skape et større politisk engasjement. Ungdomspolitikere som enda ikke er godt nok kjent til å få mye oppmerksomhet i tradisjonelle medier, vil ved hjelp av sosiale medier kunne omgå disse mediene og i større grad være sin egen redaktør.

I intervjuene kommer det frem at fem av syv intervjuobjekter svarer at de i liten eller ingen grad bruker sosiale medier til å legge ut politiske meninger. Når de samme intervjuobjektene forteller om de mulighetene som sosiale medier gir, så kan det tenkes at for mange så overskygges det av utfordringene. Utfordringene knyttet til det gjør at de velger å ikke bruke sosiale medier til å fronte politikk. Seks av de syv intervjuobjektene trekker frem utfordringer knyttet til frykt for hets og hatkommentarer, og det snakkes totalt sett en del om denne problematikken. I tillegg trekkes det frem utfordringer knyttet til usannheter, fake news, fremveksten av ekkokamre, økende polarisering og utfordringer for demokratiet knyttet til at folk ikke tør å ytre sine meninger på sosiale medier.

1.6 Oversikt over oppgaven

Her vil det kort bli presentert en oversikt over oppgaven for at leseren skal kunne få et overblikk over hva som kommer, og at det blir lettere å lese oppgaven i sin helhet. Oppgaven starter med en litteraturoversikt, der det gis en kort presentasjon av noen av kildene og forskningen på feltet

som oppgaven har brukt. Dette er kilder og forskning som kan knyttes opp mot oppgavens problemstilling og som vil være relevant for de spørsmål som oppgaven søker å sette lys på. Videre vil det bli gitt en grundig gjennomgang av eksisterende teori og forskning som kan knyttes til oppgavens tema. Oppgaven vil forsøke å gi en fremstilling av hva sosiale medier er, bruken av sosiale medier, ungdommenes politiske bruk av sosiale medier og lokalpolitikere sin bruk av det. Videre vil det bli sett på teori og forskning rundt utfordringer ved bruk av sosiale medier før teorikapittelet avsluttes med å se på ulike muligheter som sosiale medier gir. Deretter vil det bli gitt en presentasjon av metode som oppgaven bruker for å finne svar på problemstillingen, før det blir presentert resultater/funn og en påfølgende analysedel med bakgrunn i det oppgaven fant ut i gjennom sin forskning. Avslutningsvis blir det gitt en konklusjon med bakgrunn i de funn som oppgaven kom frem til.

2 Litteraturoversikt

Oppgavens forskningsspørsmål er å rette søkelyset på hvilke muligheter og utfordringer ungdomspolitikere i Fredrikstad ser ved bruk av sosiale medier til å fronte politikk. I oppgavens teori og begrepsavklarings kapittel vil oppgaven derfor ta for seg allerede eksisterende litteratur og forskning som er relevant for dette temaet. I det følgende vil det bli gitt en oversikt over en del av forskningen som oppgaven henviser til.

For å finne svar på bruken av sosiale medier i befolkningen generelt, og blant ungdommer spesielt har oppgaven brukt Ipsos sin «Sosiale medier tracker». Ipsos gjennomfører månedlige undersøkelser på web og presenterer kvartalstall for bruken av sosiale medier (Ipsos b, 2023). Ipsos sin undersøkelse er basert på ca. 6000 årlige intervjuer i Norge med et representativt utvalg over 18 år (Ipsos b, 2023). For å finne svar på i hvilken grad ungdommen bruker sosiale medier til politisk bruk har oppgaven brukt en rapport laget av Bernard Enjolras og Signe Bock Seggaard (2011). Deres rapport er laget for Institutt for samfunnsforskning på oppdrag fra ungdommens maktutredning.

I hvilken grad lokalpolitikere bruker sosiale medier, og muligheter og utfordringer knyttet til lokalpolitisk bruk av sosiale medier har oppgaven lent seg på Steinveg og Bjørnå (2023) sin forskning på feltet. Deres forskning har tatt for seg seks kommuner i nordnorge, og de peker på både muligheter og utfordringer ved bruk av sosiale medier i lokalpolitikken i deres forskning.

For å presentere ulike utfordringer som sosiale medier kan skape for unge lokalpolitikere har oppgaven sett på flere ulike forskninger, artikler og rapporter. Oppgaven har benyttet seg av Kolltveit, Karlsen og Aardal (2022) sin undersøkelse av 933 ungdomspolitikere. I deres

undersøkelse søker de å finne ut av omfanget av trusler og hatefulle ytringer rettet mot ungdomspolitikere. Videre er Bjørger, Tamassen og Stype (2021) sin rapport som omhandler trakassering og trusler mot politikere en viktig kilde. Denne rapporten tar ikke bare for seg etablerte politikere, men også sentralstyremedlemmene i ungdomspartiene. Begge deres tallmateriale har vært en viktig bidragsyter for å se på et utfordringsbilde i oppgaven. Utfordringsbilde blir videre diskutert med bakgrunn i Zhuravskava, Petrova og Enikolopov (2020) sin artikkel der de blant annet diskuterer for dårlig standarder for faktasjekking i sosiale medier og en for lav terskel for deling av nyheter, noe som kan føre til en økt spredning av falske nyheter. Dette blir videre fulgt opp og understøttet av Vosoughi og Sinan (2018) sin forskning på spredning av sanne og usanne nyhetssaker på Twitter fra 2006-2017. Dette leder til spørsmålet om sosiale medier er en reell utfordring for demokratiet. Denne problemstillingen går Hestvik (2022) nærmere inn på i sin artikkel, der han blant annet hevder at bruken av de sosiale mediene er med på å skape et økt press på demokratiet og viser til at sosiale medier i økende grad fremstilles som en trussel mot demokratiet.

Oppgaven har videre sett på ulike muligheter som de sosiale mediene gir. For å gi en oversikt over hvordan sosiale medier kan brukes, og hvilke fordeler som kan komme av sosiale medier har oppgaven valgt et utvalg av kilder som støtter oppunder mulighetene. Petrova, Sen og Yildirim (2021) viser i sin undersøkelse fra USA hvordan sosiale medier brukes i valgkampen for en plass i Kongressen, og hvilke muligheter politikerne der ser ved bruk av sosiale medier som en del av sin markedskommunikasjonsstrategi. Mulighetene politikerne ser ved bruk av sosiale medier kommer også frem i Gunn Enli (2015) sin forskningsartikkel «Politisk logikk eller medielogikk». Den gir en beskrivelse av de norske partilederne sin sosiale medier strategi i stortingsvalgkampen i 2013, og peker på partiledernes egne beskrivelser av hvilke muligheter de ser ved bruk av sosiale medier. Dette synet på bruken av sosiale medier og mulighetene det gir understøttes av Larsson og Kalsnes (2014) sin undersøkelse om bruken av sosiale medier på Stortinget i Norge og Sverige. Avslutningsvis vil oppgaven lene seg på forskning fra Bente Kalsnes (2016) sin doktorgradsstudie «The power of likes» som tar for seg politisk kommunikasjon i sosiale medier. Fokuset her ligger på hvordan man ved riktig bruk av de sosiale mediene kan utnytte de mulighetene som disse plattformene gir. Det vil også bli gitt eksempler i bruk for å understøtte teorien fra ulike kjente politikere sine kontoer både på Facebook, Instagram, og X.

3 Teori og begrepsavklaring

3.1 Sosiale medier

Sosiale medier defineres av Gunn Enli og Ida Aalen som «*nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold, og å delta i sosiale nettverk*» (Enli og Aalen 2023b). I verden er det Facebook som er den mest brukte sosiale medier plattformen, i tillegg til Facebook er også Tiktok, Snapchat, Youtube, Twitter og Instagram store plattformer med veldig mange brukere i verden (Enli og Aalen 2023b). Sosiale medier brukes på flere forskjellige måter og hvordan de brukes kommer an på brukeren selv. De kan brukes til å kommunisere med andre brukere, offentlig informasjon, markedsføring, nyhetsformidling eller politiske ytringer (Enli og Aalen 2023b). Sosiale medier gjør det mulig for enkeltpersoner å kommunisere med mange brukere samtidig, og man bestemmer innholdet helt selv uten innblanding slik det er i redaksjonelle medier (Enli og Aalen 2023b).

Denne delen av oppgaven vil gi en kort, informativ gjennomgang av de mest utbrette sosiale medier plattformene. Hensikten med dette er å gi leseren et innblikk i forskjeller og ulikheter som disse består av, og det er relevant for oppgaven å ha med seg innsiktsfull informasjon om de forskjellige plattformene. Hver og en av disse plattformene er unike, og legger vekt på ulike måter å kommunisere på.

Facebook

Facebook ble internasjonalt lansert i 2006 og har siden lansering vært verdens største sosiale medium (Enli og Aalen 2023a). Facebook er bygd opp som nettverkskommunikasjon og har et brukerskapt innhold, der brukerne oppretter sin egen unike profil som kan kommunisere og publisere innhold med andre brukere (Enli og Aalen 2023b). Etter oppstart i USA spredte plattformen seg raskt, og Facebook er i dag tilgjengelig på over 100 språk med nærmere 3 milliarder aktive brukere verden over (Enli og Aalen 2023b).

Snapchat

Snapchat ble lansert i 2011 i California (Abrahamsen 2023). Ifølge Statista som er en tysk nettplattform som spesialiserer seg på visualisering og datainnsamling så har Snapchat i tredje kvartal i 2023 406 millioner daglige aktive brukere verden over (Statista 2023). Plattformen har hatt en økning i antall daglige aktive brukere helt siden starten på 2019 (Statista 2023). Snapchat plattformen lar brukerne dele bilder og videoer, populært kalt «snaps» med sine kontakter (Abrahamsen 2023). Noe som skiller Snapchat signifikant fra andre plattformer er at

«snappene», altså bildene og videoene man sender bare er tilgjengelig i en kort stund, fra 1 sekund til maksimalt 24 timer (Abrahamsen 2023). Den største gruppen av brukere av plattformen er ifølge «Social Media Examiner» aldersgruppen 13-25år (Abrahamsen 2023).

Instagram

Instagram ble lansert i 2010 og den sosiale medier plattformen er utformet slik at brukerne kan dele bilder og videoer med hverandre (Abrahamsen, Dvergsdal og Askheim 2023). Til forskjell fra Snapchat så er det ikke en tidsbegrensning på hvor lenge bildene og videoene kan være tilgjengelig på plattformen. Brukerne kan kommentere og like hverandres bilder og videoer, og man kan også sende private meldinger til andre brukere av plattformen. Instagram ble i 2012 kjøpt opp av eierne av Facebook, og den har i overkant av en milliard aktive brukere (Abrahamsen, Dvergsdal og Askheim 2023). Per 2020 har plattformen over 50 milliarder publiserte bilder, og veksten i antall brukere er i hovedsak de mellom 30-59år (Abrahamsen, Dvergsdal og Askheim 2023).

Messenger

Messenger er chattetjenesten til Facebook og har ca. en milliard aktive brukere internasjonalt (Nielsen 2022). Forskjellen på bruken av spesielt Facebook og Messenger er at mens man på Facebook publiserer i åpne eller halvåpne fora og grupper, gir Messenger deg muligheten til private samtaler med en eller flere venner (Nielsen 2022). Plattformen gir muligheten til å dele bilder, videoer, lenker, korte private meldinger eller føre samtaler over tid (Nielsen 2022). Man kan i tillegg også ha videosamtaler med enkeltpersoner eller grupper på opptil 50 personer (Nielsen 2022).

Youtube

Youtube plattformen lar brukerne publisere og dele videoer med hverandre (Holm og Ervik 2021). Brukerne kan også abonnere på de kanalene man ønsker, legge igjen kommentarer på videoer eller strøme videoer direkte (Holm og Ervik 2021). Youtube ble grunnlagt i 2005, men allerede i 2006 ble det kjøpt opp av google og det er det mest besøkte nettstedet i verden etter google sin søkermotor (Holm og Ervik). Det anslås at Youtube har ca. to milliarder månedlige brukere, og på plattformen finner man amatørinnhold på samme side som profesjonelle aktørers produksjoner (Holm og Ervik). En av de mest populære videokategoriene er video-bloggere, også kalt vloggere (Holm og Ervik). Vloggerne prater til kameraet og denne formidlingsteknikken fremstår både autentisk og direkte, og denne kommunikasjonsformen

legger opp til at de som ser videoen føler at de kjenner avsenderen (Holm og Ervik). Dette formatet kan brukes til for eksempel personlig meddelelse eller til deltagelse i politisk diskusjoner (Holm og Ervik).

TikTok

TikTok retter seg spesielt mot barn og unge og hadde i 2020 rundt 80 millioner brukere i USA (Lorentsen 2020). Plattformen er eid av det kinesiske selskapet ByteDance og har vært gjenstand for massiv kritikk på grunn av datasikkerhet og personvern (Lorentsen 2020). TikTok kan ses på som en blanding av Instagram, Youtube og Snapchat der hovedpoenget går ut på å dele korte videoer med hverandre som man lager selv (Lorentsen 2020). En viktig del av TikTok er at man lager egne versjoner av andres videoer som vanligvis består av små sketsjer eller danser (Lorentsen 2020). TikTok er laget slik at videoene går viralt og dermed spres veldig raskt, dette fører igjen til at et budskap eller den morsomme dansen når ut til veldig mange på kort tid (Lorentsen 2020).

X (Twitter)

Twitter ble lansert i 2006, i 2022 ble det kjøpt opp av Elon Musk og i 2023 skiftet plattformen navn til X (Ervik og Holm 2024). I 2021 hadde nettstedet 192 millioner daglige brukere og var med det den fjerde mest besøkte i verden (Ervik og Holm 2024). X er utformet slik at brukerne kan dele, lese og legge ut korte meldinger på maksimalt inntil 280 tegn (Ervik og Holm 2024). Videre kan man følge egenvalgte brukere, man kan like og svare på andres innlegg, og man kan poste andres innlegg på sin egen profil for å øke oppmerksomheten på innlegget (Ervik og Holm 2024). X lar også brukerne dele lenker, bilder og lyd og filmklipp på opptil 140 sekunder (Ervik og Holm 2024).

X, fikk mye oppmerksomhet som følger av eks president Donald Trump utbredte bruk av meldingstjenesten i sin tid som president. Donald Trump sin profil på plattformen X har i januar 2024 87,4 millioner følgere (X 2024). Men til sammenligning er det Barack Obama som blir omtalt som sosiale medier presidenten, hvorpå han i 2021 hadde 125 millioner følgere (Ervik og Holm 2024). Med det var han den mest fulgte brukeren på X (Ervik og Holm 2024). Ved å bruke X aktivt kan politikere unngå å gå igjennom de etablerte nyhetsmediene og heller henvende seg direkte, personlig og usensurert til sine følgere (Ervik og Holm 2024). Dette kan være en av mange grunner til at plattformen i dag brukes av mange politikere til å nå ut til sine velgere (Ervik og Holm 2024).

3.1.1 Bruk av sosiale medier

For å finne noen bakgrunnstall for bruk av sosiale medier vil oppgaven støtte seg til Ipsos «Sosiale medier tracker» som gjennomfører månedlige undersøkelser på web gjennom Ipsos sitt panel (Ipsos b 2023). Undersøkelsen gjennomfører omtrent 6000 intervjuer i løpet av året, med et representativt utvalg av Norges befolkning over 18år (Ipsos b 2023). Undersøkelsen tar for seg mange ulike sosiale medier, denne oppgaven vil fokusere på de med flest brukere i Norge. Dette blir da Facebook, Snapchat, Messenger, Instagram, Youtube, Tiktok, Whatsapp og Twitter. Det vil også være interessant å sammenligne bruken av de forskjellige sosiale mediene ut ifra alder. Rapporten er fra Q3 2023, det vil si månedene Juli-September.

Ipsos undersøkelsen viser at Facebook er den mest brukte med 67% som svarer at de bruker denne sosiale medier plattformen daglig. Snapchat har 54% daglige bruker, 48% sier at de bruker Messenger daglig, mens 45% oppgir daglig bruk av Instagram. Deretter følger Youtube med 26%, Tiktok med 21%, Whatsapp med 10% og Twitter har 8% sagt at de bruker daglig (Ipsos b 2023). Undersøkelsen gir et bilde på hvilke sosiale medier plattformer som er mest populære og hyppigst brukt i befolkningen, og det vil jo da være spennende å se om det er overførbart til bruken av sosiale medier blant ungdomspolitikere.

Oppgaven vil her ta for seg hvor populære de seks største sosiale medier plattformene i Norge er for de i aldersgruppen 18-29år. Dette er relevant for oppgaven siden den søker å finne ut av ungdomspolitikeres sosiale medier bruk. Det er hele 74% i alderen 18-29år som svarer at de bruker Snapchat daglig, mens det er 63% som bruker Instagram hver dag (Ipsos b 2023). Det er 56% som bruker henholdsvis Youtube og Tiktok, mens Facebook og Messenger bare har 54% og 51% daglige bruker i denne aldersgruppen ifølge Ipsos sin undersøkelse. Disse resultatene snur bildet litt på hodet i forhold til hvem som faktisk bruker de ulike sosiale medier plattformene, og dette vil være nyttig informasjon å være klar over for eksempel for politikere som vil fremme sitt budskap mot enkelte aldersgrupper i samfunnet. For å mest effektivt kunne nå ut til yngre velgere er det viktig å være klar over hvilke plattformer man når de på, og i den sammenhengen er en slik undersøkelse viktig. Det vil også være interessant å se om denne undersøkelsen gjenspeiler bruken av sosiale medier blant de ungdomspolitikere som blir intervjuet i denne oppgaven.

Videre er det interessant å ta for seg trender i bruken av sosiale medier plattformene. Er det noen plattformer som er blitt mer populære det siste året og er det noen av plattformene som er

blitt mindre populære. For å finne ut av dette vil oppgaven fortsatt lene seg på tall fra Ipsos sin «Sosiale medier tracker» Q3 2020 (Ipsos b 2023). Den viser at selv om Facebook er den mest brukte sosiale medier plattformen i Norge så er den i en fallende trend fra 69% daglige brukere i Q3 2020 til 67% daglige brukere i Q3 2023. Videre ser man at det også gjelder for Youtube som går fra 27% til 26% daglige bruker. Snapchat, Instagram og Tiktok har alle tre en betydelig fremgang i daglige brukere fra 2020 til 2023. Snapchat øker fra 46% til 54%, Instagram øker fra 38% til 45% og Tiktok som er en nyere sosiale medier plattform fra 8% til 21% (Ipsos b 2023). Undersøkelsen her gir et viktig innblikk i hvilke sosiale medier som oppleves som populære og som stadig flere ønsker å bruke mye, samtidig som den også viser hvilke plattformer som er på vikende grunn. Man ser også at Tiktok som kommer inn i Ipsos sine undersøkelser i Q2 2019 blir stadig mer brukt og nærmer seg Youtube i antall daglige brukere.

I en undersøkelse fra april 2023 gjort i Norge av Ipsos svarer 56% av de spurte at de følger politiske partier eller politikere på sosiale medier (Ipsos a 2023). Av de spurte svarer noen flere menn (61%) enn kvinner (50%) at de følger politiske partier eller politikere på sosiale medier (Ipsos a 2023). I aldersgruppen 18-29år er hele 70% som oppgir at de gjør det, noe Ipsos selv skriver at kan ha en sammenheng med at det blant det yngre generasjonen er generelt høyere bruk av sosiale medier (Ipsos a 2023).

3.1.2 Ungdommens politiske bruk av sosiale medier

I 2011 ga Ungdommens maktutredning et oppdrag til Institutt for samfunnsforskning om å lage en rapport med særlig fokus på den politiske bruken av sosiale medier blant norsk ungdom, Bernard Enjolras og Signe Bock Seggaard laget da en rapport nettopp om dette temaet (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 13). Videre vil det vises til denne forskningen som er gjort siden den i stor grad er å betegne som nyttig for å belyse et viktig tema i oppgaven, altså i hvilken grad sosiale medier blir benyttet til politisk bruk blant ungdommer.

Det pekes på at ungdommene tilpasser seg den nye digitale hverdagen og med det de sosiale mediene raskere enn den øvrige befolkningen, men hva har bruk eller økt bruk av sosiale medier å si for deres politiske og sivile engasjement og deltagelse (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 13). Er det sann at sosiale medier bidrar til nye generasjonsskiller, denne gangen i måten unge engasjerer seg politisk? (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 13). Dette er en meget relevant spørsmålsstilling som oppgaven ønsker å se nærmere på, da dette vil knyttes direkte opp mot ungdomspolitikeres bruk av sosiale medier når de skal fronte sitt politiske budskap. Enjolras og Seggaard (2011) peker på tre grunner til at sosiale medier har betydning for medborgeres politiske engasjement. Sosiale medier er med på å endre tilgangen til politisk informasjon, og

vi får da en dreining vekk fra tradisjonelle medier samt at ungdommenes politiske sosialisering kan flytte seg vekk fra familie, venner og skole (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 14). I hvilken grad en slik overgang til informasjonsinnhenting gjennom sosiale medier bidrar til bedre politisk informerte medborgere sier Enjolras og Bock Seggaard (2011) at er uklart.

Det er videre interessant og se på forskning som sammenligner unge voksne i alderen 16-26 år sin politiske interesse med den øvrige delen av befolkningen. Felles for de to gruppene er at de er alle sosiale medier brukere. Enjolras og Bock Seggaard (2011) tar for seg dette spørsmålet i deres forskning og de kommer frem til at der 65% av den øvrige befolkningen svarer at de er ganske eller meget politisk interesserte, svarer bare 47% i alderen 16-26 år det samme. Med det som bakgrunn kunne man anta at det politiske engasjementet til den øvrige befolkningen ville være størst i alle deler av det politiske engasjementet. Det viser seg derimot at sosiale medier brukere i alderen 16-26 år svarer at de oftere skriver under på opprop og støtter en aksjon enn den øvrige befolkningen (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 41). Mens den øvrige befolkningen har i større grad vært i kontakt med en politiker eller tatt opp en sak i fagforeningen enn de mellom 16-26 år (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 41). Ut ifra det kan man se at ungdom under 27 år i større grad engasjerer seg i saksaktuell politikk enn den tradisjonelle bredere politikken (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 41). Disse funnene kan tyde på at de mellom 16-26 år kan ha en annen oppfatning av hva det vil si å være politisk engasjert, altså at de forbinder ordet «politikk» med en betydning av å måtte være interessert i det institusjonelle partipolitiske spillet (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 45).

Videre vil oppgaven her se på den faktiske bruken av sosiale medier som en plattform for politiske aktiviteter. Her også vil det skilles mellom gruppen 16-26 år og den øvrige befolkningen. Enjolras og Bock Seggaard (2011) sin forskning har tatt for seg dette spørsmålet og sett på bruken av sosiale medier som plattform for politikk. I deres forskning kommer de frem til at det er relativt få som bruker Facebook til dette formålet (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 54). De stilte tre spørsmål: Deltar ofte i interessegrupper eller aksjoner på Facebook, kommenterer ofte samfunn/politikk på Facebook, og til slutt legger ofte ut lenker til samfunn og politikk på Facebook. På alle disse tre spørsmålene svarer de i alderen 16-26 år noe mer positivt enn den øvrige befolkningen at de bruker Facebook til dette formålet selv om forskjellene er små, og samtidig må det sies at det er relativt få i utvalget som benytter seg av Facebook til dette (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 54). I det følgende vil det bli presentert tall fra hele utvalget, der resultatene fra de i alderen 16-26 år står i parentes. Av hele utvalget er det 6,9% (11,5%) som svarer at de ofte deltar i en interessegruppe eller i en aksjon, 4,9% (8,1%)

svarer at de ofte legger ut lenker til samfunn og politikk og 6,8% (9,3%) kommenterer lenker til nyheter eller politikk på Facebook (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 55). Disse funnen peker mot en antagelse av at den yngre gruppen i denne undersøkelsen viser en større politisk interesse på Facebook enn den øvrige befolkningen, selv om andelen som benytter seg av plattformen til dette formålet må sies å være relativt liten (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 63). Det vil si at de aller fleste ikke bruker Facebook til dette formålet, og Enjolras og Bock Seggaard peker med bakgrunn i sine analyser på at det er «politisk interesse» som er den mest utslagsgivende effekten på bruk av Facebook som en plattform for politisk og samfunnsmessig engasjement og ikke tidsbruk på internett og Facebook (Eljoras og Bock Seggaard 2011, 63). Forskningen deres peker på at Facebook fremstår som en viktig plattform for politisk mobilisering, deltagelse og demonstrasjoner dersom man allerede har et politisk engasjement og interesse (Eljoras og Bock Seggaard 2011, 87-88). Altså de som er interessert i politikk og samfunn vil bruke plattformen til det formålet, det er ikke de sosiale medier plattformene i seg selv som fremmer politisk aktivitet (Eljoras og Bock Seggaard 2011, 63).

3.1.3 Bruk av sosiale medier i lokalpolitikken

Problemstillingen i oppgaven retter seg mot ungdomspolitikere i lokalpolitikken, det blir derfor naturlig å se på forskning knyttet til bruk av sosiale medier av lokalpolitikere. I det følgende vil oppgaven lene seg på forskning av Steinveg og Bjørnå. De har sett på bruk av sosiale medier i lokalpolitikken, og da rettet mot seks kommuner med ulik størrelse i nordnorge. I forskningen setter de søkelys på hvordan lokalpolitikkerne bruker sosiale medier som en del av deres hverdag, og funnene deres retter seg mot både fordeler og ulemper ved dette (Steinveg og Bjørnå 2023). Forskningen deres finner at sosiale medier ikke bare er noe som blir brukt av lokalpolitikkerne for å skape engasjement i forbindelse med valg, men noe som har blitt en integrert del av lokalpolitikernes hverdag (Steinveg og Bjørnå 2023). De viser til tre tydelige funn i sin forskning på hvordan sosiale medier blir brukt i lokalpolitikken.

Forskningen deres peker på at det brukes av lokalpolitikkerne som en mulighet til å fronte problemidentifisering (Steinveg og Bjørnå 2023). Altså at det vises til et problem eller en utfordring i kommunen, samtidig som man også kommer opp med en løsning til det samme problemet som har blitt identifisert (Steinveg og Bjørnå 2023). Steinveg og Bjørnå (2023) sier at dette gir gode muligheter til å bruke sosiale medier som en agendasetter, og for lokalpolitikkerne til å sette sitt politiske budskap på dagsorden i kommunen. Videre viser de til en mulig utfordring ved at det for mange lokalpolitikere er utfordrende å skulle følge opp alle

kommentarer og poster på sosiale medier, det vil også være krevende når diskusjonene blir følelsesladde (Steinveg og Bjørnå 2023).

Videre finner Steinveg og Bjørnå (2023) ut at innbyggerne i kommunene bruker sosiale medier til å gi en tilbakemelding på de planer og beslutninger som lokalpolitikere skal fatte. Dette retter seg spesielt inn mot temaer som er lokaldemokratiets anliggende som for eksempel eldreomsorg og skolestruktur (Steinveg og Bjørnå 2023). Her kommer det frem at det ikke er uvanlig for en lokalpolitiker å fremme politiske meninger og diskusjoner som har kommet til dem gjennom sosiale medier (Steinveg og Bjørnå 2023). Men undersøkelsen sier samtidig at slike innspill i sosiale medier ofte dreier seg om misnøye og frustrasjon, noe som kan føre til at diskusjonen blir preget av et personlig engasjement og mye følelser (Steinveg og Bjørnå 2023). Dermed kan det føre til en eskalering i diskusjonen i negativ retning, og det kan gå så langs som til trakassering av lokalpolitikere (Steinveg og Bjørnå 2023).

Som et tredje poeng i Steinveg og Bjørnå (2023) sin forskning finner de at lokalpolitikere fremstår som lydhøre til de meningene lokalbefolkningen kommer med på Facebook. De trekker frem viktigheten av at innbyggernes meninger og engasjement blir hørt av lokalpolitikere, fordi det er en av grunnsteinene for lokaldemokratiet (Steinveg og Bjørnå 2023). Dette viser at ved bruk av sosiale medier er det enklere for innbyggerne å bli hørt, og kunne uttrykke sin mening i saker som engasjerer til de folkevalgte, noe som igjen er med på å styrke demokratiet. En av utfordringene for lokalpolitikere som trekkes frem i forbindelse med dette poenget er muligheten innbyggerne har til å utlevere meget følelsesladde, personlige historier som retter seg direkte inn mot for eksempel tjenestetilbudet i kommunen (Steinveg og Bjørnå 2023). Det kan være en mor som skriver en lang historie om gutten sin som ikke får den opplæringen han har krav på i skolen, eller en som skriver en historie om sin syke mor som ikke får den pleien og omsorgen som forventes på kommunens sykehjem. I slike situasjoner nevnes det av Steinveg og Bjørnå (2023) at det for lokalpolitikere er risikofylt å kommentere, og da særlig hvis man da fremstår som ufølsom eller uetisk. Lokalpolitikere må balansere mellom partiets mening, samtidig som de må være klar over at slike følelsesladde innlegg kan eskalere og ende i konflikt (Steinveg og Bjørnå 2023).

3.2 Utfordringer ved bruk av sosiale medier

I den følgende delen av oppgaven vil fokuset være rettet mot ulike utfordringer som er knyttet til bruken av sosiale medier. Det er svært relevant for oppgaven siden problemstillingen ønsker å ta rede på mulige utfordringer ungdomspolitikere i Fredrikstad ser med sosiale medier. Det

vil blant annet bli referert til Kolltveit, Karlsen og Aardal sin artikkel fra 2022 der de viser til en undersøkelse blant ungdomspolitikere og debattklimaet i sosiale medier. Oppgaven vil også ta for seg utfordringer knyttet til falske nyheter, en undersøkelse om trakassering av politikere, utfordringer ved politisk markedsføring og demokratiutfordringer.

3.2.1 Trusler mot politikere i sosiale medier

Som ungdomspolitiker får man et innblikk i hva politikk handler om. Ved å melde seg inn i et politisk ungdomsparti vil man utvikle synspunkter, og man får opplæring innenfor politisk arbeid (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 291). Motivasjonen bak at ungdomspolitikere engasjerer seg politisk kan deles av Kolltveit, Karlsen og Aardal (2022) inn i tre kategorier; de er enten moralsk, sosialt eller profesjonelt styrte. De sosialt styrte vil være opptatt av omgangskretsen og diskusjonen, de moralsk styrte har et ønske om å hjelpe andre gjennom politikken, mens de profesjonelt styrte har fokuset på penger og posisjon som motivasjon for å bli politiker (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 292).

Noen ungdomspolitikere vil etter hvert velge en vei videre innfor politikken gjennom for eksempel politiske verv, mens andre vil finne ut at dette ikke var noe for dem og søke andre karrieremuligheter (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 291). Det kan være at det da er en annen karrierevei som frister mer, men Kolltveit et.al peker også på at et tøft debattklima og regelrette trusler kan være med på å presse ungdomspolitikere vekk fra en politisk karriere (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 291). Artikkelen til Kolltveit et.al viser også til at det er blitt en økt oppmerksomhet på hatefulle ytringer eller trusler, og de konsekvensene det kan få ved at politikere velger å holde seg unna kontroversielle saker eller ved at de velger å forlate politikken (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 293). Her kommer det også frem at unge folkevalgte oftere er redde for å bli angrepet fysisk og er engstelige for sin egen sikkerhet, hvor internett og sosiale medier er hovedkanalen for å spre hatefulle ytringer (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 293).

Undersøkelsen til Kolltveit, Karlsen og Aardal (2022) hvor de har spurt 933 ungdomspolitikere fra fylkesstyrene, sentralstyrene og i sekretariatet kartlegger omfanget av hatefulle ytringer og konkrete trusler. Her kommer det frem at 58% har opplevd hatefulle ytringer, og at de som oftest forekommer i sosiale medier eller i et kommentarfelt på nettet (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 301). 20% sier også at de har opplevd konkrete trusler, og selv om de har blitt formidlet gjennom ulike kanaler så er det i kommentarfeltene på nettet og i sosiale medier de vanligst fremkommer (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022, 301). Videre svarer 16% av de spurte ungdomspolitikere at de i noen eller svært stor grad hadde vurdert å slutte som politiker på

bakgrunn i at de var blitt utsatt for hatefulle ytringer eller konkrete trusler (Kolltveit, Karlson og Aardal 2022, 301). I Bjørgo, Tamassen og Strype sin rapport; trakassering og trusler mot politikere fra 2021 retter spørreundersøkelsen seg ikke bare mot etablerte folkevalgte på stortinget og regjeringen, men også sentralstyremedlemmer i ungdomspartiene. Begrunnelsen for det er i denne rapporten fordi at både sikkerhetsmyndighetene og allmennheten har fått informasjon om at en rekke AUF politikere hadde opplevd grov hets og trusler i etterkant av massakren på utøya i 2011 (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 8). I denne rapporten svarer 41% av sentralstyremedlemmene i ungdomspartiene at de har opplevd sterke mishagsytringer og hatmeldinger i sosiale medier (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 20). Der kommer det også frem at det er 26% av de spurte sentralstyremedlemmene i ungdomspartiene som har fått indirekte trusler om at noen skal skade deg eller noen som står deg nær (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 20). Disse tallene gir et tydelig bilde på det diskusjonsklimaet som ungdomspolitikere opplever og utsettes for i sosiale medier. Bjørgo, Tamassen og Strype (2021) trekker frem at trakassering og trusler mot politikere utgjør en alvorlig trussel mot demokratiske prosesser og politisk deltagelse. Politiet og PST viser til at de i forkant av valgkampen i 2023 har hatt økt fokus og satsing på forebygging og å følge opp trusler for at politikerne generelt, og ungdomspolitikere spesielt skal kunne være trygge i forbindelse med valget og samfunnsdebatten som føres (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 8). PST og politiets fokus på dette viser med all tydelighet de utfordringene som politikerne opplever rundt dette.

I rapporten tar de for seg det de omtaler som «plagsomme og uønskede henvendelser på sosiale medier» og denne kategorien er den dominerende kategorien blant uønskede hendelser som er rapportert av stortings og regjeringsmedlemmer (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 19). Rapporten viser at det har vært en markant økning fra 40% i 2013 til ca. 70% i 2021 av de etablerte politikerne i regjering og på stortinget som har opplevd dette (Bjørgo, Tamassen og Strype 2021, 19). Bjørgo, Tamassen og Strype (2021) forklarer noe av denne trenden med økt tilstedeværelse på sosiale medier i befolkningen generelt og da også blant politikere.

3.2.3 Spredning av falsk informasjon på sosiale medier

Sosiale medier har til forskjell fra tradisjonelle medier en lav terskel for å delta og er avhengig av brukere for innholdet, samtidig som sosiale medier byr på utfordringer som man ikke hadde med de tradisjonelle mediene (Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov 2020, 416). Som Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov (2020) diskutere så er standarder for faktasjekking på internett og i sosiale medier for dårlig. En lav terskel for deling kombinert med en voldsom

hastighet kan føre til spredning av feilinformasjon og falske nyheter som igjen kan føre til økende politiske misoppfatninger (Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov 2020, 417). Reaksjonsmønsteret i sosiale medier er ofte basert på følelser og ikke fornuft siden de er umiddelbare, noe som igjen kan føre til at falske nyheter som fremkaller frykt eller sinne spres seg raskere enn ekte nyheter som ofte er mindre basert på følelser (Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov 2020, 417). Sosiale medier lar brukerne skreddersy nyhetskildene sine enda mer detaljert enn det tradisjonelle medier vil gjøre, noe som igjen potensielt kan føre til politisk polarisering og gi et opphav til ekkokamre (Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov 2020, 417). I sin forskning går Vosoughi og Sinan (2018) igjennom spredningen av alle bekreftede sanne og usanne nyhetssaker som ble distribuert på twitter fra 2006-2017. Deres undersøkelse omfatter 126 000 historier twitret av ca. 3 millioner mennesker mer enn 4,5 millioner ganger. Nyhetene ble ved hjelp av seks uavhengige organisasjoner som jobber med faktasjekkning klassifisert som sanne eller usanne. Denne undersøkelsen viser at usanne nyheter spredte seg betydelig raskere, dypere og lenger enn sannheten i alle kategorier av informasjon (Vosoughi og Sinan 2018). Den finner også ut at effekten av falske nyheter var enda større når det kommer til falske politiske nyheter, enn om falske nyheter om terrorisme, vitenskap eller naturkatastrofer (Vosoughi og Sinan 2018). Undersøkelsen viser at mens falske historier inspirerer frykt, avsky og overraskelser i svar, inspirerte sanne historier forventning, tristhet, glede og tillit (Vosoughi og Sinan 2018). Videre påpekes det også at roboter ikke gjorde forskjell på hastighet i forbindelse med spredning av falske og ekte nyheter, noe som da indikerer at falske nyheter spres seg raskere fordi det er mer sannsynlig at det er mennesker som sprer dem (Vosoughi og Sinan 2018).

3.2.4 Politisk markedsføring i sosiale medier

Det er forbudt med politisk reklame på TV i Norge, mens det i sosiale medier derimot er tillatt (Medietilsynet 2021, 3). De senere årene er det flere samfunnsdebattanter og politikere som har kritisert forbudet, mens andre har tatt til orde for en strengere regulering av politisk reklame i sosiale medier (Medietilsynet 2021, 3). Debatten har også tatt for seg i hvilken grad sosiale medier skal kunne persontilpasse politisk markedsføring, og risikoen for spredning av villedende og/eller manipulert politisk budskap (Medietilsynet 2021, 3). De sosiale mediene benytter seg av verktøy for å målrette annonser mot brukerne, og de samme verktøyene blir også brukt for å vinne valg ved å påvirke velgermassene (Datatilsynet 2020). For å målrette politiske annonser mot de velgerne som er antatt mest mottagelige, kan de politiske partiene

benytte informasjon som er samlet inn om velgernes aktivitet i sosiale medier (Datatilsynet 2020). Dette har ført til en gradvis flytting av annonsekroner fra de politiske partiene fra avisene og over til de sosiale mediene og da i særlig grad til Facebook (Datatilsynet 2020).

Datatilsynet gjennomførte i denne forbindelsen en undersøkelse i 2019 som tok for seg hva folk synes om at de politiske partiene sender dem målrettet politisk reklame med bakgrunn i den informasjonen folk har registrert i sosiale medier. Her kommer det da frem at hele 3 av 4 er negative til en slik målrettet politisk reklame, den negative holdningen til det er uavhengig av utdanning, inntekt og kjønn (Datatilsynet 2020).

3.2.5 Sosiale medier og demokratiutfordringer

I en artikkel skrevet av Hestvik (2022) pekes det på at sosiale medier har forandret det politiske landskapet, og artikkelen viser til at sosiale medier har lagt et økt press på demokratiet. Det kommer videre frem at synet om at sosiale medier er en styrke for demokratiet er i ferd med å endre seg, og at stadig flere eksperter og kommentatorer fremstiller sosiale medier som en trussel mot demokratiet (Hestvik 2022). Ved at de fleste sosiale medier plattformene er bygd opp av algoritmer, gjør dette at aktører kan sende desinformasjon til nøye utvalgte grupper som man mener er tilbøyelig til å tro på det (Hestvik 2022). Disse aktører som ønsker å spre desinformasjon kan ha mange ulike motiver, men det kan for eksempel dreie seg om en ekstrem gruppering, svindelforsøk, klikkagn eller politisk propaganda (Hestvik 2022). Man har for eksempel de seneste årene sett målrettede kampanjer fra PR-byråer hvor de kommer med falske nyheter rundt politiske saker for å påvirke velgere i opptakten til et valg (Hestvik 2022). En videre konsekvens av de algoritmestyrte sosiale medier plattformene er at det kan oppstå ekkokamre fordi du vil få nyheter og oppdateringer som er styrt etter dine digitale spor, dermed vil de bygge oppunder dine interesser og ditt syn (Hestvik 2022). Dette kan igjen øke polariseringen mellom grupper i samfunnet og for eksempel være med på å skape større politiske skiller (Hestvik 2022). Hestvik (2022) understreker at ekstrem polarisering, mistro til politiske myndigheter og institusjoner, fremveksten av konspirasjonsteorier, hatytringer og fiendebilde ikke alene kan skyldes på fremveksten av sosiale medier, men han peker samtidig på at teknologien og de sosiale mediens natur gjør at de utvilsomt har hatt mye å bidra med til disse sakene som er nevnt ovenfor. Dette synet er noe som Vosoughi og Sinan (2018) peker på i sin forskning som tar for seg spredning av rykter og usanne historier på Twitter. Deres funn indikerer at det er 70% større sannsynlighet for at en falsk nyhet ble re-tweeted enn en sann historie, og at det tok seks ganger så lang tid for en sann historie å nå ut til 1500 mennesker enn

en falsk historie (Vosoughi og Sinan 2018). Dette igjen underbygger påstanden til Hestvik (2022) om at sosiale medier er en perfekt plattform for konspirasjonsteorier, rykter og falske nyheter

3.3 Mulighetene med sosiale medier

Her vil oppgaven peke på forskning som viser til hvilke muligheter sosiale medier gir, og knytte det opp mot ungdommer, lokalpolitikere, rikspolitikere og politikere i USA sin bruk av sosiale medier. Oppgaven vil se på bruk og gi eksempler på mulighetene disse plattformene gir for å fremme et politisk budskap.

Som Enjolras og Bock Seggaard (2011) peker på i forbindelse med at sosiale medier endrer måten vi mottar informasjon på, er det relevant å se på om sosiale medier vil reproducere de kjennetegnene som allerede eksisterer for politisk bruk av tradisjonelle medier, eller om det vil bidra til en bredere tilgang på politisk informasjon for ungdommene (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 15). Sosiale medier åpner opp for en ny arena for meningsutveksling og da også politisk debatt mellom medborgere og politikere, samt at effektiviteten og rimelige kostnader ved sosiale medier gjør at det er en billig plattform for sosial koordinering (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 15). En stor fordel med sosiale medier som et kampanjeverktøy er tilgjengeligheten for alle kandidater enten de er kjente eller mindre kjente, evnen til å rekruttere frivillige og lave kostnader (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3000). I tillegg gir for eksempel sosiale medier plattformene den politiske kandidaten muligheten for interaksjon med velgerne ved å kunne svare direkte og ved å fremme dialog uten å måtte bruke de tradisjonelle mediene (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3000). På bakgrunn av dette kan det politiske engasjementet øke på grunn av lettere politisk mobilisering, men det pekes også på at det fortsatt er et åpent spørsmål om sosiale medier faktisk fører til en slik økt mobilisering og engasjement (Enjolras og Bock Seggaard 2011, 15). Ved å bruke sosiale medier kan politikerne kommunisere direkte med velgerne og oppnå en økt synlighet, uten å måtte ta hensyn til journaliser (Enli 2015, 1). Dette skaper en ny mulighet for enkeltpolitikere til å profilere sin egen person, og til å kontrollere politiske utspill (Enli 2015, 1). Denne påstanden blir langt på vei bekreftet i et intervju gjennomført av Gunn Enli 04.04.2013 med daværende SV leder Audun Lysbakken. Han forteller at «*For oss er sosiale medier en anledning til å nå ut til folket uten massemedienes filter*» (Enli 2015, 1). Muligheten til å styre vinklingen, timingen og det tematiske fokuset uten innblanding er noe av det norske topp-politikere sier at de verdsetter med sosiale medier (Enli 2015, 12). Daværende Frp leder Siv Jensen sier i et intervju gjennomført 04.06.2013

«*Usensurert informasjon; det kommer fra meg, usensurert, rett ut!*» når hun omtaler sin Facebook side (Enli 2015, 12). Et annet poeng politikerne peker på ved bruk av sosiale medier er at det muliggjør en effektiv dagsordensetting ved at man publiserer i sosiale medier (Enli 2015, 13). Dette kan handle om saker politikerne ønsker å sette på dagsorden og skape omtale om, og ved å sende ut spredningsvennlige og kortfattede pressemeldinger kan politikerne skape sin egen agenda uten å måtte gå veien innom de tradisjonelle mediene (Enli 2015, 13). Sosiale medier kan også brukes som et supplement til etablerte medier, og til å nå ut til de yngre velgerne (Enli 2015, 13). Som henvist til tidligere i oppgaven viser Enjolras og Bock Seggaard (2011) sin rapport at 98% mellom 16-26 år har en Facebookprofil, og at dette er en viktig plattform for politisk informasjon. Siv Jensen peker på demografi som et viktig aspekt ved bruk av sosiale medier, og hun argumenterer for at hun når ut til et mer representativt demografisk publikum i sosiale medier enn i de tradisjonelle mediene (Enli 2015, 13). I artikkelen til Hestvik (2022) peker han også på at teknologien som sosiale medier kommer med har mange muligheter ved at man kan nå ut til potensielt veldig mange mennesker med sine tanker, sitt budskap og sine argumenter. Dette skjer da uten å være avhengig av de store mediehusene sin gunst, og på den måten kan sosiale medier være en spesielt viktig kanal for de politikerne som ikke har innpass i de tradisjonelle mediene som tv, aviser og radio (Hestvik 2022). Med dette som bakgrunn var det mange som håpet at sosiale medier sitt inntog ville styrke demokratiet og da særlig i land med autoritære regimer (Hestvik 2022).

3.3.1 Bruk av sosiale medier blant politikere

En undersøkelse gjort av Petrova, Sen og Yildirim (2021) i USA dokumenterer avkastningen av å ta i bruk ny teknologi som X for politikere som stiller til valg i kongressen. De viser til at politiske kampanjer er en av de mest sofistikerte markedsføringsøvelsene i USA, og et økende antall politikere tar i bruk sosiale medier som en del av sin markedskommunikasjonsstrategi. I løpet av det siste tiåret er bruken av sosiale medier plattformer intensivert blant politikere for å informere og nå ut til sine velgere (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3016-3017). Den økte bruken av sosiale medier vil delvis eliminere avhengigheten av tradisjonelle medier som tv og aviser (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3016-3017).

Tidligere var den primære informasjonskanalen for politikere de tradisjonelle mediene, det vil si at for å få valgsuksess så var man avhengig av å få dekning i aviser og på tv-kanaler (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3000). Petrova, Sen og Yildirim viser til at det er 80% av alle statsoverhoder i verden som bruker X til å kommunisere med velgerne, selv om innholdet i den

kommunikasjonen kan sies å være mer personlig og rettet mer mot politikerens liv og aktiviteter utenfor politikken (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3000). Forbindelsene politikerne skaper gjennom for eksempel bruk av X baseres på innholdet i meldinger, i stedet for relasjoner i det virkelige liv og resulterer i bånd mellom sender og mottaker som spenner over fysiske og sosiale forskjeller (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3000).

Studien til Petrova, Sen og Yildirim dokumenterer at bruk av sosiale medier plattformer som Facebook og X kan for nye politikere bidra til økte midler og tiltrekke seg nye givere (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 3016-3017). Undersøkelsen fokuserer på avkastning på kampanjebidrag ved å sammenligne donasjoner mottatt rett før og like etter at en politiker har åpnet en X-konto (Petrova, Sen og Yildirim 2021). Det kommer her frem at effektene for erfarne politikere er ubetydelig liten, men funn i undersøkelsen påpeker at sosiale medier kan være med å forsterke den politiske konkurransen (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 2997) Dette ved å redusere kostnadene knyttet til informasjonsspredning for nye kandidater og det kan da være med på å redusere barrierene for å gå inn i politikken (Petrova, Sen og Yildirim 2021, 2997).

Gunn Enli (2015) sin forskningsartikkel «Politisk logikk eller medielogikk» er basert på intervjuer med norske partiledere om deres sosiale medier strategi i stortingskampanjen i 2013, og gir et innblikk i hvordan disse benyttet seg av Facebook og Twitter. Av de topp politikerne hun intervjuet oppga samtlige at de så på sosiale medier som viktige plattformer å være på, og at en tilstedeværelse der ble sett på som nærmest obligatorisk (Enli 2015, 6). Med ett unntak opplyser de resterende partilederne at sosiale medier prioriteres relativt høyt, og daværende Venstre-leder Trine Skei Grande uttaler følgende om Twitter i et intervju med Enli fra 05.06.2013: «*Twitter er det første jeg sjekker om morgenen og det siste jeg sjekker når jeg legger meg. Politikere er feedback-junkies*» (Enli 2015, 6).

Den tradisjonelle medie-eksponeringen for politikere i eksempelvis kronikker og tv-debatter har klare rammer og mer standardiserte formater hva angår forventninger og tidsbruk (Enli 2015, 9). Mens det i Enli (2015, 9) sine intervjuer kommer frem at det ikke er noen av toppolitikere som har fått avsatt tid til sosiale medier i løpet av arbeidsdagen. Den tiden som politikerne brukte i sosiale medier måtte de ta av egen fritid og da ofte på kveldene, dette trekkes frem av noen som komplisert og utfordrende på grunn av konflikten som oppstår med andre plikter og oppgaver i hjemmet (Enli 2015, 9). Mens noen peker på at de fikk brukt det som en hobby for journalistikk, fotografering og teknologi (Enli 2015, 9).

Bruken av sosiale medier er med på å viske ut grensene for når politikerne er på jobb, og når de ikke er på jobb (Enli 2015, 11). De er samtidig med på å bygge ned barrierene mellom velgerne og politikerne, og ved å publisere personlige innlegg og dele fra livene sine vil politikerne slippe velgerne tettere innpå seg (Enli 2015). Her kommer det frem at politikerne selv i stor grad bestemmer hvor «tett innpå» seg man vil slippe velgerne, og det forekommer forskjeller mellom politikerne (Enli 2015, 11). For eksempel valgte daværende partileder for Krf, Knut Arild Hareide i 2013 å publisere et bilde som viser sin nyfødte baby, mens Trine Skei Grande sier at hun ikke vil publisere bilder av barn i familien (Enli 2015, 11).

Larsson og Kalsnes (2014) har laget en undersøkelse som tar for seg bruken av sosiale medier og da spesielt Facebook og X, blant medlemmer på stortinget i Norge og Sverige. Her peker de på at bruken av sosiale medier blant stortingspolitikere har økt i popularitet, og det trekkes frem fordeler ved at sosiale medier gjør at man unngår en del hindringer i forbindelse med sensurering og setter politikerne i direkte kontakt med potensielle støttespillere (Larsson og Kalsnes 2014, 654). I deres undersøkelse har de gått i dybden på bruken av sosiale medier blant politikerne, der de ikke bare har sett på om de folkevalgte har en sosiale medier konto på Facebook eller Twitter, men også i hvor stor grad kontoene benyttes (Larsson og Kalsnes 2014). Her legger de frem et funn som de omtaler som «underdog- effekt», og peker med det på de politikerne som er i vanskeligstilte konkurranseposisjoner (Larsson og Kalsnes 2014). De viser til at de fleste aktive brukerne av sosiale medier i deres undersøkelse er yngre politikere som ikke innehar de mest sentrale vervene (Larsson og Kalsnes 2014, 664). Dette samsvarer med funn fra Petrova, Sen og Yildirim (2021), da Larsson og Kalsnes (2014) viser til at bruk av sosiale medier kan bli forstått som en «åpning for de utenforstående» blant politikerne da de velger disse kanalene i stedet for andre foretrukne kanaler valgt av de mer etablerte politikerne. Resultatene i undersøkelsen til Larsson og Kalsnes (2014) indikerer at politikere som har nøkkelposisjoner ikke viser et mønster av utbredt bruk av de sosiale mediene. Det pekes på at dette også må ses opp mot at etablerte politikere antas å ha mer tilgang til tradisjonelle medier for å fremme sitt budskap, i motsetning til «underdog» politikeren som forventes å ta til sosiale medier for å nå ut med sitt budskap der (Larsson og Kalsnes 2014, 664).

3.3.2 Politisk kommunikasjon i sosiale medier

I dag er det ikke nok for en politiker å få oppmerksomhet i de tradisjonelle mediene, man må også forstå og utnytte de sosiale mediens muligheter (Kalsnes 2016, 20). Nye kommunikasjonsplattformer med nye muligheter for politikere til å kommunisere sitt budskap

til velgerne har vi sett langt tilbake i historien (Kalsnes 2016, 21). Eksempler fra amerikansk politikk er Franklin D. Roosevelt som på 1930 og 1940-tallet nådde ut til sine velgere gjennom en serie med kveldsradiosendinger som ble kalt «The fireside chats» (Kalsnes 2016, 20). I 1960 utmerket John F. Kennedy seg ved å beherske tv kandidatdebattene, og på 1990-tallet utnyttet Bill Clinton muligheten til å nå velgere med sitt budskap gjennom deltagelse på talkshow (Kalsnes 2016, 21). I dag er det sosiale medier som driver den nye kommunikasjonsformen, og slik oppgaven peker på så tar politikere i bruk sosiale medier i sin søken etter kommunikasjon og budskapsformidling til velgerne. I Bente Kalsnes (2016) sin doktoravhandling «The power of likes» peker hun på funn som tyder på at sosiale medier bruken og innflytelsen ikke kan karakteriseres som en revolusjon, men heller som en evolusjon. Med det mener hun at eldre medier, ressurser og politiske posisjoner fortsatt er viktig og vil fortsette å være relevant i politisk kommunikasjon (Kalsnes 2016, 23). Men hun sier samtidig at hennes empiriske studier gir beviser for at yngre politikere både i posisjon og i opposisjon klarer å nyttiggjøre seg av sosiale medier på en måte som dermed trekker oppmerksomheten vekk fra tradisjonelle medier (Kalsnes 2016, 23). Hun viser til et eksempel fra norsk politikk på måten partiet Miljøpartiet De Grønne lagde meget vellykkede kampanjer på sosiale medier i valgkampen i 2013 (Kalsnes 2016, 23). Kalsnes har gjennom sitt arbeid vist hvordan politikere og innbyggere i stadig økende grad kommuniserer med hverandre i sosiale medier som Facebook, og på den måten omgår de tradisjonelle mediene som formidler av politisk kommunikasjon (Kalsnes 2016, 23). Dette sier Kalsnes at støtter opp under en utjevningshypotese om at de sosiale medieplattformene gir nye politiske aktører muligheten til å få både mer makt og innflytelse (Kalsnes 2016, 23).

I den neste vil oppgaven gi en gjennomgang av fem viktige faktorer for bruk av sosiale medier. De er delt i underkategoriene publisering, synlighet, nettverksskapning, samhandling og segmentering. Dette er viktig for oppgaven fordi den søker å finne svar på hvilke muligheter som finnes ved bruk av sosiale medier for ungdomspolitikere, og derfor er det nødvendig for å oppgaven å gi en slik oversikt over disse faktorene for bruk av sosiale medier. Oppgaven vil i denne gjennomgangen lene seg på forskningen gjort av Bente Kalsnes (2016) og komme med eksempler på hvordan kjente politikere bruker sosiale medier.

Publisering

Funn i Kalsnes sin doktoravhandling viser at politikere i Norge er veldig bevisste på at forskjellige typer publisering skaper forskjellig effekt i sosiale medier (Kalsnes 2016, 48). Kalsnes (2016) viser til at et publisert innhold som er enklere å forstå og dele for mottakeren, skaper mer engasjement enn mer kompliserte publiseringer. Videre gir

kommunikasjonsdirektørene i de politiske partiene et inntrykk av å ha god kontroll på hva som skaper engasjement, og eksempler på det er «bak kulissene» publiseringer, bilder og infografikk (Kalsnes 2016, 48). Dette gir en pekepinn på at norske politikere styrer sine publiseringer på sosiale medier med en bevisst tanke om hva slags innhold som treffer mottakerne, altså velgerne (Kalsnes 2016, 48). Den 26.01.2024 legger Statsminister i Norge, Jonas Gahr Støre ut et bilde på Facebooksiden sin (Facebook b 2024). Bildet viser Statsministeren sammen med en dame fra Oslo og hennes barn på seks måneder, et utdrag fra teksten til bildet er slik:

Babynytt! På tirsdag ble jeg bestefar igjen – veldig stort! Og i dag har vi i statsråd foreslått et nytt grep som gjør at foreldre i permisjon får bedre råd og mer fleksibilitet (Facebook b 2024).

I dette innlegget begynner Statsministeren med en meget personlig hilsen til sine følgere ved å fortelle at han har blitt bestefar. Bildet på siden som viser han sammen med en dame med en baby på armene er ikke et bilde av han sammen med hans datter og barnebarn. Bilde er fra en annen sammenheng, men som i denne situasjonen knyttes opp mot dette for deretter å fronte en politisk sak. Statsministeren benytter seg altså av et personlig anliggende for å skape engasjement, for deretter å komme med et politisk budskap til sine følgere. Det kan tolkes slik at ved å spille på følelser og ved å dele noe privat så oppnår Statsministeren et økende engasjement og skaper publisitet om den politiske saken han fronter.

Innlegget er det mest likte i antall likes siden en nyttårsmelding til folket 1. Januar, med 3845 likes, 482 kommentarer og 33 delinger noe som viser at med dette innlegget har Jonas nådd ut til mange og skapt et engasjement på sin Facebookside (Facebook b 2024).

Synlighet

Kalsnes peker på at synlighet i sosiale medier er essensielt, og synligheten knyttes opp mot hvor aktiv man er som bruker (Kalsnes 2016, 49). Algoritmene på de sosiale medier plattformene er laget slik at for å bli synlig i nyhetsfeeden hos andre brukere så må man være aktiv og deltagende, på den måten oppfordrer plattformene til økt deltagelse og interaksjon (Kalsnes 2016, 49). Det er stor forskjell på hvor aktive de forskjellige politikerne er på sosiale medier. En sammenligning mellom den Amerikanske presidenten Joe Biden sin Facebookside og vår norske Statsminister Jonas Gahr Støre sin Facebookside viser en tydelig forskjell på aktivitet på de to sidene, og dette vil da også påvirke hvor synlig man er. Joe Biden har fra datoen 27.01.2024 og 14 dager bakover i tid postet 45 innlegg på sin Facebookside (Facebook a 2024). I det samme tidsrommet har statsminister Jonas Gahr Støre til sammenligning postet fem innlegg på sin Facebookside (Facebook b 2024). Selv om man kanskje kan argumentere med at

det er et tynt sammenligningsgrunnlag, så vil uansett dette gi et lite bilde på aktiviteten og dermed også synligheten på Facebook. Dette viser at den amerikanske presidenten sin Facebookside er mer aktiv og synlig ut mot sine følgere enn det den norske Statsministeren er.

Networking

Kalsnes definerer i sin oppgave networking som muligheten til å få følgere og venner på de sosiale medier plattformene, samt favoritter og likes fra andre (Kalsnes 2016, 50). Hvor mange følgere man har sier noe om hvor populær man er som politiker, det viser også hvor mange man når ut til med sitt politiske budskap (Kalsnes 2016, 50). Potus kanalen på Instagram som er USA's president sin kanal har pr. 27.01.2024 19,2 millioner følgere (Instagram c 2024), mens Donald Trump som er tidligere amerikansk president og som driver kampanje for å bli republikanernes kandidat i presidentvalget i 2024 har 23,7 millioner følgere (Instagram d 2024). Det viser at begge de valgte amerikanske politikerne bruker Instagram for å nå ut til sine følgere. Ved denne tilfeldig valgte dagen har Potus kanalen lagt ut 6 poster med politisk budskap det siste døgnet, der den mest populære posten fikk 24 900 likerklipp og 2900 kommentarer (Instagram c 2024). Det dette viser er at denne kontoen i aller høyeste grad er aktiv ut mot sine følgere, og at den både når ut til veldig mange mennesker og at innlegg på denne siden skaper engasjement og det som Kalsnes (2016) definerer som networking.

Studien til Kalsnes fra 2016 peker på at politikere fortsatt er avhengig av tradisjonelle medier for å nå ut til de store massene med sitt politiske budskap, mens det er de yngre politikerne som ikke innehar de mest fremtredende politiske vervene som er de mest aktive brukerne av sosiale medier (Kalsnes 2016, 50).

Samhandling

Kalsnes trekker frem muligheten til samhandling gjennom svar, kommentarer og at man blir nevnt i poster i sosiale medier (Kalsnes 2016, 51). Den empiriske studien til Kalsnes viser at velgerne i større grad enn før er koblet til politiske aktører på de ulike sosiale medier plattformene, og da spesielt på Facebook (Kalsnes 2016, 51). Hennes undersøkelse kommer frem til at det blir vanligere at folk er «venner» med politikere på Facebook, og det trekkes også frem at det er vanligere i Norge enn for eksempel Danmark og Storbritannia (Kalsnes 2016, 51). Denne tendensen gjelder også for økt samhandling på Facebook, der det viser seg at det er en økende direkte dialog mellom politikere og velgere (Kalsnes 2016, 51).

Pr dags dato 27.01.2024 er justis og beredskapsminister Emilie Enger Mehl den yngste statsråden i Jonas Gahr Støre sin regjering (regjeringen 2024). Oppgaven vil her trekke fram Mehl siden hun representerer den yngre delen av befolkningen. Ved å se på hennes Instagram konto finner man ut at hun har 97200 følgere, og ved denne tilfeldige valgte datoen har hun lagt ut to poster på sin story som er knyttet til hennes jobb som justis og beredskapsminister (Instagram a, 2024). En story er et bilde eller en video som bare er festet til kontoen din i maksimalt 24 timer. Dette viser at hun aktivt bruker Instagram kontoen til å nå sine følgere og skape samhandling med dem der (Instagram a 2024). Til sammenligning kan det være interessant å nevne at for eksempel statsminister Jonas Gahr Støre sin Instagram konto har 66900 følgere (Instagram b 2024), og at regjeringens egen Instagram konto bare har 57400 følgere (Instagram e 2024). Altså både statsministeren og regjeringens egen Instagramkonto er langt unna å ha like mange følgere som Justis og beredskapsministeren.

Segmentering

Segmentering i blir i denne konteksten forklart av Kalsnes som «*muligheten til å måle og analysere data fra sosiale medieplattformer, og basert på disse dataene segmentere informasjon til spesifikke grupper eller enkeltpersoner*» (Kalsnes 2016, 51). For å kunne forstå den politiske kommunikasjonen bedre så er det meget relevant å kunne måle og analysere den interaksjonen som foregår på de sosiale medieplattformene mellom politikerne og velgerne (Kalsnes 2016, 51). I Kalsnes sin forskning kommer det frem at alle representantene hun intervjuet i de politiske partiene i større eller mindre grad fulgte opp om en sosial medieanalyse (Kalsnes 2016, 52). Dette for å kunne identifisere og forstå hva slags innlegg som skaper engasjement blant følgerne deres, slik at man kan publisere mer innhold av en slik karakter (Kalsnes 2016, 52). En slik sosial medieanalyse vil også kunne se på effekten av engasjement rundt politisk reklame i sosiale medier, og på den måten kan de politiske partiene målrette reklame mot spesifikke demografiske grupper noe som blir sett på som svært verdifullt (Kalsnes 2016, 52). Ved å benytte seg av Facebooks algoritmestyrte annonseløsning kan de politiske partiene oppleve å få en helt annen spredningskraft enn ved for eksempel en annonse i lokalavisen, men de politiske partiene burde være klar over den generelle skepsisen blant folk til algoritmestyrte politisk reklame i sosiale medier (Datatilsynet 2020) I medietilsynets undersøkelse (2021) om politisk markedsføring i sosiale medier kommer det frem at de unge er mer positive til at det brukes personlige data for å lage målrettet politisk reklame enn de eldre. Her kommer det frem at blant de unge er det flere som ser politisk reklame i sosiale medier som

en viktig kilde til informasjon, men at de samtidig synes det kan være utfordrende å se forskjell på redaksjonelt innhold, informasjon fra myndighetene og politisk markedsføring (Medietilsynet 2021, 4). I den samme undersøkelsen svarer de unge at de hadde en aktiv strategi for å styre innholdet de mottar i sosiale medier, det kom frem at for å unngå «ekkokamre» var det noen som hadde aktivt «likt» ulike poster (medietilsynet 2021).

Et eksempel på et av de første selskapene som startet må å tilby markedet en mulighet til å overvåke og analysere sosiale mediene er Meltwater (Meltwater a, 2024). De startet opp i 2001 i Norge og har i dag over 27000 kunder i 120 land (Meltwater a, 2024). Grunnen til at oppgaven nevner dette selskapet er for å peke på en trend der stadig flere ønsker å ta del i det som skjer i sosiale medier og kunne målrette og overvåke sitt budskap på en bedre måte. Meltwater sin nettside bekrefter denne trenden i en undersøkelse selskapet har gjort i 2023. Her sier 52% av de spurte at sosiale medier var viktigere enn noen gang for bedriften deres i 2023, 89% sier at de har en Facebook profil og 75% av selskapene sier at de vil bruke det samme eller mer ressurser på sosiale medier i 2023 (Meltwater b, 2024). Dette underbygger Kalsnes sin påstand om at det er meget relevant for politikere å kunne overvåke og analysere sin interaksjon med velgere i sosiale medier (Kalsnes 2016, 51).

4 Metode

4.1 Innledning

I oppgaven har jeg tidligere presentert litteratur og sett på teori knyttet opp mot temaet i problemstillingen. I denne delen vil oppgaven presentere fremgangsmåten som har vært brukt for å gi svar på problemstillingen, og en begrunnelse for valget av kvalitativ metode i oppgaven.

Metodekapittelet er ment for å skape en god sammenheng mellom det oppgaven allerede har tatt for seg av eksisterende litteratur og teoribakgrunn, og de funn og analyser som oppgaven senere vil beskrive. Metodebruken i denne oppgaven er knyttet opp mot oppgavens forskningstema som søker å belyse hvilke utfordringer og muligheter sosiale medier gir ungdomspolitikere i Fredrikstad. Valg av metode er da viktig for å kunne belyse spørsmål som i hvilken grad ungdomspolitikere velger å benytte seg av sosiale medier for å fronte politiske meninger, og hva ungdomspolitikere mener om debattklimaet i sosiale medier. For å kunne finne svar på oppgavens hovedformål er det valgt en kvalitativ forskningsmetode gjennomført med intervju med en semiåpen struktur.

Metodekapittelet vil vise hvordan undertegnede har jobbet med innhenting av data for å svare på problemstillingen i oppgaven på en god måte.

4.2 Kvalitativ metode

Et overordnet mål for kvalitativ forskning er å utvikle forståelsen av fenomener knyttet til personer og situasjoner i deres sosiale virkelighet (Dalen 2004, 16). I den kvalitative forskningen er man opptatt av å fokusere på opplevelsesdimensjonen av de forholdene som personene lever i (Dalen 2004, 17). En kvalitativ tilnærming vil dermed være opptatt av å få innsikt i hvordan folk opplever en situasjon eller et aspekt ved livet, og ikke bare en beskrivelse av det (Dalen 2004, 17). Ved å bruke intervjuer i kvalitativ forskning så ønsker man å få innsikt i hvordan informanten opplever en situasjon. Man er derfor avhengig av å få intervjuobjektene til å fortelle om sine opplevelser og erfaringer, og dette stiller store krav til intervjustiller (Dalen 2004, 17).

Det er ulike tilnærminger i kvalitativ forskning når man skal analysere det empiriske materialet (Dalen 2004, 19). Det som er likt er at det er en fortolkende tilnærming til det datagrunnlaget man får (Dalen 2004, 19). Alle mennesker ser og opplever verden ulikt, og med det som bakgrunn gis det en mening til egne erfaringer (Dalen 2004, 19). Dermed kan man si at virkeligheten er mangfoldig og ikke entydig, og fortolkningen blir avhengig av den som ser, nemlig aktøren (Dalen 2004, 19).

4.3 Utvelgelse og rekruttering av informanter

Undertegnede prøvde først å rekruttere informanter til oppgaven ved å gå igjennom lokalpartiene. Det ble tatt kontakt med alle partier som hadde kandidater til lokalvalget i Fredrikstad i 2023. Det ble sendt ut mail med informasjon om oppgaven og et ønske om at alle partiene viderefremidlet mailen til sine aktive medlemmer i alderen 18-25 år uten å få tak i noen intervjukandidater. Det ble på nytt sendt mail til alle partier uten å få respons. Jeg bestemte meg da for å gå igjennom alle lokalvalgslister til valget i Fredrikstad i 2023 og sende en melding til de aktuelle kandidatene. Jeg sendte dermed ut en personlig melding med en forklaring av hvem jeg var, hvorfor jeg tok kontakt og en kort beskrivelse av oppgaven til de 22 kandidatene som jeg fant på listene. Nå opplevde jeg å få positive tilbakemeldinger fra et stort flertall, men dog ikke alle. Noen hadde flyttet og studerte utenbys eller i utlandet, noe som gjorde en intervjusituasjon vanskelig. Det ble avtalt og gjennomført intervju med syv kandidater, noe som gir en svarprosent på 31,8% ut av et utvalg på 22 personer som stod oppført ved valglistene.

Oppgaven vil ikke gi en detaljert presentasjon av intervjuobjektene med bakgrunn i alder, politisk ståsted eller andre karakteristikker av den grunn at det vil kunne gjøre at intervjuobjektene anonymitet forsvinner. På lokalvalglistene i Fredrikstad i 2023 er det totalt 22 personer mellom 18-25 år som stod på listene til valg. Disse personene er fra ulike partier, begge kjønn er representert og aldersspennet går fra 18år til 25år. Utvalget er derimot for lite til at intervjuobjektene kan presenteres på noen måte, og at oppgaven samtidig kan stå inne for deres anonymitet (Fredrikstad kommune 2023). Intervjuobjektene er valgt med bakgrunn i at de er mellom 18-25 år og at de representerte et av de politiske partiene ved lokalvalget i Fredrikstad kommune i 2023. Lydopptaket av intervjuene vil bli slettet etter endt masteroppgave, dette er i tråd med det som er blitt oppgitt til Sikt og godkjent av dem.

4.4 Gjennomføring

Alle syv intervjuene ble gjennomført i rolige omgivelser på Pizzanini i Fredrikstad. Pizzanini har store lokaler, og mulighet til å sitte skjermet og privat, samtidig som man er på et offentlig sted. Det var viktig for meg at intervjuobjektet skulle føle at intervjusituasjonen var trygg, og derfor valgte jeg et offentlig sted. Pizzanini ligger i sentrum av Fredrikstad og gjorde det derfor enkelt å møtes. Intervjuobjektene fikk tilbud om en alkoholfri drikke. Det generelle inntrykket av intervjuene opplevdes uformelt og avslappende, selv om et par av intervjuobjektene virket litt nervøse til å begynne med, noe som kan ha med at det var deres første intervju. Noen av intervjuobjektene hadde mye erfaring om temaet og snakket veldig mye, mens andre hadde mindre å si. Tidsmessig ble gjennomsnittet på intervjuene 22min.

4.5 Spørsmålene og intervjuguide

For å kunne få tak i følelser, tanker og egne erfaringer hos informantene så vil det kvalitative intervjuet være godt egnet (Dalen 2004, 15). Intervjuet brukes for å få frem beskrivende informasjon ved noe i livet til et annet menneske (Dalen 2004, 15). Intervju kan benyttes som primærkilde til informasjon eller som en supplerer når man samler inn kunnskap og formen på intervjuet kan variere fra den helt strukturerte spørsmålsstillingen til en mer uformell måte (Dalen 2004, 16). Det er oppgavens natur som legger føringen for hvilken type intervju man burde velge, for å få svar på problemstillingen i oppgaven.

Det er viktig at man er klar over at konteksten i samtalen er viktig for kunnskapsformidlingen når man henter inn data gjennom en samtale (Malterud 2002). Virkeligheten kan beskrives forskjellig med bakgrunn i de ulike perspektivene man har, og det er ikke sikkert at alle

perspektiver er like relevante for oppgavens problemstilling (Malterud 2002). Dermed vil forskerens perspektiv og posisjon tillegges stor vekt for hva som kommer frem (Malterud 2002).

Oppgaven har en intervjuguide som har klare spørsmålsstillinger som man tar med seg inn i selve intervjuet. En slik intervjuform heter semi-strukturert intervju. Her vil det være rom for å bevege seg litt ut av «manus» når det kommer til rekkefølge på spørsmålene. Det er også slik at intervjuguiden inneholder oppfølgingsspørsmål/mulige temaer man kan komme inn på utifra svarene til intervjuobjektene, noe som bidrar til at intervjuene ikke vil være helt like.

Videre vil oppgaven presentere intervjuguiden som ble brukt i gjennomføringen av intervjuene. Først finner man problemstillingen i oppgaven, før de sekundære problemstillingene/spørsmålene blir ramset opp. Intervjuene startet ved en innledning av spørsmålsstiller som kort tok for seg en presentasjon av prosjektet og informasjon om bruk av data og samtykke. Videre fikk intervjuobjektene starte med å fortelle litt om seg selv, før vi gikk videre på spørsmålene. Noen av spørsmålene underveis består av mulige oppfølgingstemaer basert på tidligere svar. Dette kommer tydelig frem i intervjuguiden.

Intervjuguide

Forskningsspørsmålet

«Hvilke muligheter og utfordringer er det norske ungdomspolitikere ser ved bruk av sosiale medier?»

Sekundære problemstillinger/spørsmål blir da:

- I hvilken grad brukes sosiale medier?
- Hvilke sosiale medier brukes?
- Hvordan brukes de sosiale mediene?
- Hvilke muligheter ser ungdomspolitikere ved bruk av sosiale medier?
- Hvilke utfordringer ser ungdomspolitikere ved bruk av sosiale medier?

Tema	Tematiske spørsmål	Stikkord for mulig oppfølgingsspørsmål
Presentasjon av prosjektet, med informasjon om bruk av data og informert samtykke.	Innledning med informasjon fra spørsmålsstiller.	
Kort introduksjon av intervjuobjekt	<ul style="list-style-type: none"> • Hva heter du? • Hvor gammel er du? • Hvilket politisk parti tilhører du? • Erfaring i politikk • Verv • Tidligere verv 	
Bruk av sosial medier	<ul style="list-style-type: none"> • Hvor ofte bruker du sosiale medier, og hvor lenge har du brukt det? 	<ul style="list-style-type: none"> • Omfang
	<ul style="list-style-type: none"> • Hvilke sosiale medier bruker du? • Hva bruker du sosiale medier til? • Hvordan vil du si fordelingen er mellom bruk av sosiale medier privat og politisk? 	<ul style="list-style-type: none"> • Et prosentvis anslag om bruk av sosiale medier privat vs politisk
Politisk budskap og sosial medier	<ul style="list-style-type: none"> • Har du brukt sosiale medier til å fremme et politisk budskap? 	<ul style="list-style-type: none"> • Omfang
	<ul style="list-style-type: none"> • Hvis ja, hvilke sosiale medier brukte du? 	<ul style="list-style-type: none"> • Erfaring • Hvilken situasjon

		<ul style="list-style-type: none"> • Fortelle om ulike måter de brukes på
Muligheter ved bruk av sosiale medier	<ul style="list-style-type: none"> • Gir sosiale medier noen nye muligheter for å nå ut med et politisk budskap? 	<ul style="list-style-type: none"> • Omfang
	<ul style="list-style-type: none"> • Hvis ja, kan du fortelle om hvilke muligheter du ser at det gir? 	<ul style="list-style-type: none"> • Egne erfaringer • Situasjoner • Temaer • Forskjell på de ulike sosiale mediene
Utfordringer ved bruk av sosiale medier	<ul style="list-style-type: none"> • Gir sosiale medier noen nye politiske utfordringer? 	
	<ul style="list-style-type: none"> • Hvis ja, kan du fortelle om hvilke utfordringer du mener at det gir? 	<ul style="list-style-type: none"> • Egne erfaringer • Tema og situasjoner • Forskjell på de ulike sosiale mediene
Avsluttende spørsmål	<ul style="list-style-type: none"> • Er det noe du har tenkt på under intervjuet som er viktig, og som du nå ønsker å legge til? • Hvordan opplevde du det å bli intervjuet? 	

4.6 Etikk

Den nasjonale forskningsetiske komite for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH) er et organ som har sitt arbeidsfelt innenfor å fremme god og etisk forsvarlig forskning (NESH 2021, 39). De slår fast at et demokratisk og velfungerende samfunn er avhengig av forskning som gir oss pålitelig kunnskap (NESH 2021, 6). En forutsetning for forskningens pålitelighet og kvalitet

er at den er tuftet på ærlighet, redelighet og at man er forpliktet til å søke sannheten (NESH 2021, 6). Videre trekker NESH (2021) frem metodologiske normer som skal sikre at de vitenskapelige metodene blir fulgt opp på en forsvarlig måte. Disse normene er saklighet, klarhet, etterrettelighet og etterprøvbarhet (NESH 2021, 6). Videre trekker NESH (2021) frem at forskningen er regulert av et sett med institusjonelle normer, disse skal være med å bidra til at den forskningen som gjennomføres er uavhengig, åpen, kollektiv og kritisk. Alle disse nevnte metodologiske og institusjonelle normene skal være med på å sikre forskningens integritet og regulere og konstituere god vitenskapelig praksis (NESH 2021, 6).

4.7 Analyse

Etter endt intervjuprosess blir rådataene bearbeidet slik at de kan brukes i analysedelen av oppgaven. I kvalitativ forskning med intervju skal samtalene transkriberes. Det som er viktig å være klar over er at når man skal gjengi en muntlig samtale til tekst vil det alltid oppstå en fordreining, selv om man gjengir samtalen ord for ord (Malterud 2002). Transkripsjonen er ment for å best mulig prøve å fange opp det som intervjuobjektet hadde til hensikt å meddele, og den skal på en best mulig måte ivareta de erfaringer og meninger slik de ble fremstilt og oppfattet under intervjuet (Malterud 2002).

Analysen som blir gjort av rådataene fra intervjuene skal være med på å binde oppgaven sammen med resultatet ved at datamaterialet blir sammenfattet og fortolket (Malterud 2002). Når man jobber med det innsamlede materialet tar man utgangspunkt i sin egen problemstilling og utifra den stiller spørsmål til materialet som er samlet inn (Malterud 2002). Svarene analysen trekker ut fra rådataene er de kjennetegnene og mønstrene som man ved hjelp av systematisk og kritisk refleksjon kan gjenfortelle og identifisere (Malterud 2002). Analysen skal være av en slik karakter at andre ved en senere anledning kan gå igjennom det samme materialet, anerkjenne den systematikken som har vært utført og forstå grunnlaget for konklusjonen (Malterud 2002).

5 Funn og analyse

I denne delen av oppgaven vil det bli presentert resultater på bakgrunn i de opplysningene som har kommet frem gjennom de syv intervjuene som har blitt gjennomført med ungdomspolitikere i alderen 18-25 år fra Fredrikstad kommune. Resultatkapittelet er delt i to, der oppgaven i den første delen vil presentere de funnene som kommer frem. Funnene vil handle om bruk eller ikke

bruk av sosiale medier, hvilke muligheter ungdomspolitikere ser ved bruk av sosiale medier, og de utfordringene som kommer frem. I den andre delen av resultatkapittelet vil de funnene som er presentert tidligere bli knyttet opp mot allerede presentert litteratur og forskning som oppgaven har gjort rede for i teorikapittelet.

5.1 Presentasjon av funn

For å kunne gi en presis og god fremstilling av funnene fra intervjuene så har informasjonen som har kommet frem under intervjuene blitt samlet og systematisert i en tabell. Tabellen ligger som vedlegg 1 i dokumentet. Dette er gjort med hensikt i å vise og samtidig skaffe en oversikt over hva de ulike intervjuobjektene har kommet med informasjon. Tabellen er å regne som et hjelpemiddel for å systematisere informasjonen fra den transkriberte teksten, og for å få en oversikt over alle intervjuene. I denne delen av oppgaven vil det bli presentert informasjon ved hjelp av den systematiserte tabellen og de transkriberte tekstene fra intervjuene. Det vil først bli redegjort for generell bruk av sosiale medier, hvilke sosiale medier som brukes og om det brukes til å fremme politikk. Deretter vil det bli presentert hva ungdomspolitikere sier om mulighetene for bruk av sosiale medier, før oppgaven avslutningsvis vil se på ulike utfordringer som kommer frem ved bruk av sosial medier.

Alle de syv intervjuobjektene er aktive i politikken, selv om det varierer mellom de som deltar og står på lokalvalglista og de som innehar verv i partiet. Det er stor variasjon i bruken av sosiale medier blant intervjuobjektene. Fra en som sier at han nesten ikke bruker det, til en som sier 6-7 timer hver dag. Fire intervjuobjekter sier at de bruker det gjennomsnittlig, altså ca. 3 timer om dagen. Seks av dem svarer at de bruker Facebook, Instagram og Snapchat, tre av dem bruker Tiktok og messenger, mens to svarer at de bruker X og youtube.

Når det kommer til bruk av sosiale medier for å fronte politikk så spriker svarene fra «Nei, jeg tar avstand fra å bruke sosiale medier i politikken generelt», til «Sosiale medier, politisk og privat det går som hånd i hanske». Altså her er det en som ikke skiller mellom bruk av sosiale medier politisk og privat, mens to av intervjuobjektene sier at de har tatt et aktivt standpunkt til å ikke bruke sosiale medier til å fronte politikk. Man kan dele intervjuobjektene inn i to grupper der en ene gruppen bestående av to personer bruker sosiale medier aktivt og i stor grad til å fronte politikk. Disse to intervjuobjektene er også de som kan kategoriseres som over gjennomsnittlig aktive i politikken. Mens den andre gruppen bestående av fem intervjuobjekter sier at de ikke bruker det eller bruker det i svært liten grad.

Seks av intervjuobjektene forteller at de ser gode muligheter med sosiale medier til å nå ut til mange med et politisk budskap. Eksempler som kommer frem i intervjuene er at det blir kortere vei mellom politikere og folk, at man har tro på at folk får med seg mye på Facebook, man kan få nye følgere og en av kandidatene ville ønsket å bruke det for å nå ut til flere. Det er også fire av dem som nevner at de bruker sosiale medier til å få informasjon, og holde seg oppdatert på politiske saker på plattformene.

Tre av intervjuobjektene trekker frem det å kunne omgå tradisjonelle medier, og være sin egen redaktør som en mulighet ved sosiale medier. Videre er det fem av dem som snakker om, eller kommer innom det å kunne skape et engasjement ved bruk av sosiale medier, og en av intervjuobjektene trekker også frem aspektet ved å kunne skape et større engasjement blant ungdom.

Fire av intervjuobjektene peker på nye muligheter til bruksområder for eksempel ved bruk av bilder og videoer for å fronte politikk. Her kommer tre av dem innom ulike måter å bruke de forskjellige plattformene på, og det blir nevnt at ved å bruke mindre tekst og korte videoer og bilder så kan man fange oppmerksomheten bedre og det er større sannsynlighet for at det blir lest.

Mulighetene som sosiale medier gir til å promotere seg selv er det fire av de som trekker frem, mens det er to av dem som svarer at de velger en aktiv strategi for å promotere seg i sosiale medier, og da gjerne i tilknytning til valg.

Målgruppestyrt politisk budskap er det en av intervjuobjektene som nevner, altså at man aktivt bruker algoritmene og den informasjonen som finnes på de sosiale medier plattformene til å målrette det politiske budskapet mot de som er mottagelige for budskapet. Pengeinnsamling, fakta sjekking og opprettelse av arrangementer er også muligheter som blir nevnt.

Når det kommer til utfordringer så er det seks av intervjuobjektene som totalt sett snakker mye om utfordringer knyttet til hets og hatkommentarer på sosiale medier. Det nevnes et hardere debattklima og at grenser for hva man sier flyttes. Det kommer også frem problematikk knyttet til politikere som blir utsatt for hets og hatkommentarer. Der et av intervjuobjektene trekker frem at hun har hørt om mange ungdomspolitikere som er usikre på om de skal publisere noe politisk i sosiale medier på grunn av dette. Det kommer derimot ikke frem at noen av intervjuobjektene selv har opplevd det. I tre av intervjuene snakkes det også om at på grunn av sosiale medier kan flere av tilbakemeldingene være følelsesstyrte, altså raske, ufine

kommentarer. I et av intervjuene knyttes frykten for at folk ikke skal tørre å stå frem med meningene sine bed bakgrunn i et hardere debattklimaet, opp mot en reel utfordring for demokratiet.

I to av intervjuene fortelles det om utforinger knyttet til ekkokamre, og da knyttet opp mot propaganda og at algoritmestyringen i sosiale medier legger opp til å skape ekkokamre. I fem av intervjuene trekkes økt polarisering og frykt for polarisering på grunn av økt bruk av sosiale medier frem. Her er det en av intervjuobjektene som trekker linjene til amerikansk politikk og den økende polariseringen man ser i samfunnet der. Et eksempel på polarisering fra et intervju er: «Det er polariserende når man må kjempe om øyeblikket, dette er ikke positivt for det politiske klimaet». Videre er det kommet frem at sosiale medier kan være med å skape fordommer, og at det kan brukes til å sette folk opp mot hverandre.

I to av intervjuene blir det snakket om spredning av usannheter eller fake news som en utfordring. Der det ene intervjuobjektet snakker om at han kvier seg for å legge ut et politisk budskap i sosiale medier fordi det kan bli «dratt» mot noe man ikke mener. I forlengelsen av det så blir det nevnt i tre av intervjuene at de sosiale mediene gjør at man ikke får hele bildet av politikken, og at man bare sitter igjen med en headliner. Her trekkes det frem at man mister mye av det viktigste i kommunikasjonen når man publiserer på sosiale medier, siden mye av publiseringen bare er korte setninger og bilder.

Av andre ting som kommer frem kan det nevnes at en av intervjudeltagerne nevner at de har brukt Ipsos social media tracker for å få en oversikt over hvilke plattformer folk er på, og hvem som bruker hva. En annen av intervjuobjektene forteller at Facebook er for de eldre, Snapchat er for de yngre og Instagram er for de fleste alders gruppene. Det nevnes også at siden ungdommen er på sosiale medier så må man være der ungdommen er, og en av deltagerne mener at Tiktok vil være fremtiden for å nå ut til de unge velgerne. Videre er det en som tror at det vil bli lettere å fronte politikk på sosiale medier når man blir voksen, og en annen sier at han velger å bruke partiets sosiale medier konto når han legger ut noe istedenfor sin egen. Avslutningsvis så kan det påpekes at en av intervjuobjektene trekker frem at det er lite kjekling mellom ungdomspolitikere og at det er en opplevelse av at de har en god tone sammen selv om de er fra forskjellige partier.

5.2 Diskusjon av funn opp mot allerede gjennomgått litteratur og forskning

I det følgende vil funnene fra intervjuene knyttes opp mot allerede gjennomgått litteratur og forskning. Denne delen av oppgaven vil være med på å knytte funnene i intervjuene opp mot oppgavens teori og forskning. Fokuset vil være på det som er kjernen i problemstillingen i oppgaven, nemlig muligheter og utfordringer ved bruk av sosiale medier.

5.3 Muligheter ved bruk av sosiale medier

I Hestvik (2022) sin artikkel «Hvordan har sosiale medier endret demokratiet og politikk» skriver han at sosiale medier gir muligheter til å potensielt nå ut til veldig mange mennesker, dette synet kommer tydelig frem blant intervjuobjektene også. Ved at man får en direkte dialog så blir det en kort vei mellom politikere og velgere, og det er også noe som Petrova, Sen og Yildirim (2021) peker på i sin forskningsartikkel «Social Media and Political Contributions: The Impact of New Technology on Political Competition». Dette gir de ungdomspolitikerne som ikke har opparbeidet seg en plass i mediernes søkelys en mulighet til å fremme seg selv og sine politiske meninger, uten å være avhengig av de tradisjonelle mediene. Dette kan sies å være en styrke for ytringsfriheten fordi det er flere som blir gitt en mulighet til å få sagt sine meninger. En styrket ytringsfrihet vil igjen være bra for demokratiet.

Videre fant oppgaven at tre av intervjuobjektene la vekt på at en viktig mulighet var å kunne være sin egen redaktør, altså muligheten til å omgå de tradisjonelle mediene. På den måten kan ungdomspolitikerne gjøre seg uavhengige fra de tradisjonelle mediene, og potensielt nå ut til mange mennesker med sitt politiske budskap. Det gir de også muligheten til å uttrykke seg slik de vil uten å være redd for at budskapet blir skrevet på en annen måte enn det som de ønsker. Dette er noe som understøttes av Gunn Enli, (2015) og som også rikspolitikerne trekker frem som en viktig mulighet. Oppgaven har tidligere gjengitt både tidligere Sv leder Audun Lysbakken, og tidligere Frp leder Siv Jensen som i intervjuer har gitt klare utsagn som støtter oppunder viktigheten av å være sin egen redaktør. Viktigheten med at man unngår en del hindringer og sensurering er også noe Larsson og Kalsnes (2014) peker på i sin undersøkelse blant medlemmer på stortinget i Norge og Sverige.

Oppgaven har tidligere presentert Enjolras og Bock Seggaard (2011) sin forskning når det kommer til økt politisk engasjement og sosiale medier. De sier at det politiske engasjementet kan øke med sosiale medier, men at det fortsatt er et åpent spørsmål (Enjolras og Bock Seggaard 2011). I intervjuene så er det tydelig at flertallet kommer innom nettopp økt engasjement som en mulighet ved sosiale medier, og det pekes også på økt engasjement blant de unge. Bente Kalsnes (2016) doktoravhandling peker også på flere virkemidler på sosiale medier for å øke

engasjementet. Det dreier seg om hva man publiserer, hvor synlig man er, hvor mange følgere man når ut til og muligheten til samhandling med velgerne gjennom svar, kommentarer og likes (Kalsnes 2016).

Videre har oppgaven presentert hvordan Petrova, Sen og Yildirim (2021) viser til at sosiale medier er et viktig kampanjeverktøy for alle kandidater og da særlig de yngre og mer ukjente på grunn av tilgjengeligheten og lave kostnader. Mulighetene til å skape engasjement rundt politiske saker er stor på sosiale medier og det er tydelig at ungdomspolitikere i denne oppgaven er klar over det. I intervjuene kommer det frem at det er de to intervjuobjektene som har lengst fartstid av de som ble intervjuet som bruker sosiale medier mest aktivt til å fremme politikk. Det er også disse to intervjukandidatene som bruker sosiale medier aktivt i valgkampen for å promotere seg selv som politikere.

I intervjuene kom det frem at et flertall av intervjuobjektene hadde tanker og betraktninger om hvordan man kan bruke de sosiale mediene til å skape økt engasjement, og hvordan de kan brukes for å nå ut til mange velgere. Det kom også frem en del tanker om hvordan de forskjellige plattformene fungerte og hvilke nye muligheter som åpnet seg ved å ta i bruk de forskjellige plattformene. Det ble gitt eksempler på at man tror mindre tekst, korte innlegg og mer bilder gjør at det er større sjans for at innlegget blir lest. Bente Kalsnes (2016) sin doktoravhandling underbygger disse påstandene ved å poengtere at norske politikere er veldig bevisste på at forskjellig publisering skaper forskjellige effekter i sosiale medier. Hun trekker også frem at norske politikere har god kontroll på hva de burde publisere for å skape engasjement og peker da på bilder og infografikk som viktige effekter, noe flere intervjuobjekter også trakk frem (Kalsnes 2016).

Algoritmer og målgruppestyring som en mulighet til å nå ut til potensielt nye velgere er det en av intervjuobjektene som har en del tanker om. Han snakker om en bevisst strategi i valgkampen ved å bruke Ipsos social media tracker for å ha full kontroll på hva som fungerer av innlegg og hva som ikke fungerer. Dette er noe Bente Kalsnes (2016) også trekker frem som et viktig aspekt ved sosiale medier, og hun sier at for å kunne bedre forstå den kommunikasjonen som er mellom velgerne og politikerne så er det meget relevant å kunne måle og analysere det.

5.4 Utfordringer ved bruk av sosiale medier

I seks av syv intervjuer ble utfordringer knyttet til hets og/eller hatkommentarer i sosiale medier betydelig vektlagt. I intervjuene nevnes det et hardere debattklima i sosiale medier og det blir snakket om at grensene for hva som er greit å si flyttes. Et av intervjuobjektene fortalte også at

hun hadde hørt at flere ungdomspolitikere kviet seg for å legge ut et politisk budskap på sosiale medier på grunn av hets, og at hun hadde en tanke om at dette gjør at flere ungdomspolitikere vil slutte i politikken. Disse utsagnene understøttes av Kolltveit, Karlsen og Aardal (2022) sin artikkel hvor de peker på at et tøft debattklima og trusler i sosiale medier kan være med på å presse ungdomspolitikere ut av politikken. De peker også på at sosiale medier er en hovedkanal for hatefulle ytringer og at unge folkevalgte oftere er mer engstelig for sin egen sikkerhet (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022). Deres undersøkelse viser at 58% av de spurte ungdomspolitikere svarer at de har opplevd hatefulle ytringer og at det som oftest er knyttet til kommentarfelt på nettet eller sosiale medier (Kolltveit, Karlsen og Aardal 2022). Disse tallene er med på å understøtte de synspunktene som intervjuobjektene trekker frem rundt dette temaet i oppgaven. Videre viser også Bjørge, Tamassen og Strype (2021) sin rapport den samme tendensen der de finner at 41% av sentralstyremedlemmene i ungdomspartiene selv har opplevd hatmeldinger i sosiale medier. Et tøffere debattklima og hets/hatkommentarer kan videre knyttes opp mot en utfordring ved at det blir et press på demokratiet. Dette ved at man kanskje i større grad er redd for å legge ut politiske meninger på sosiale medier, på grunn av frykt for de tilbakemeldingene som kan komme. Dette er en problemstilling som blir tatt opp av en av intervjuobjektene. Demokratiutfordringer på bakgrunn i sosiale medier er også noe Hestvik (2022) tar opp i sin artikkel, hvor han kommer med en påstand om at stadig flere kommentatorer og eksperter nå fremstiller sosiale medier som en trussel mot demokratiet.

Utfordringer knyttet til at sosiale medier skal føre til en forsterkende effekt som ekkokammer, eller bidra til økende polarisering er noe som blir vektlagt og kommer frem i intervjuene. Dette er også noe som Hestvik (2022) peker på i sin artikkel, der han knytter de sosiale mediens algoritmestyring opp mot utfordringer ved at man er med på å skape ekkokamre. Hestvik (2022) sier at dette kommer som en konsekvens av at du vil få oppdateringer og nyheter som er knyttet opp til dine digitale spor, og dermed vil det du får opp i sosiale medier være med på å bygge opp under ditt syn og dine interesser. Hestvik (2022) viser til at dette kan være polariserende og være med på å skape enda større politiske skillelinjer i samfunnet. Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov (2020) diskuterer også dette og peker på at siden man skreddersyr nyhetsbildene sine i sosiale medier så kan det føre til politisk polarisering og et opphav til ekkokamre. Videre knyttes dette opp mot utfordringene rundt spredning av usannheter i sosiale medier. Frykt for en økning i fake news blir nevnt som en utfordring i to av intervjuene, og den utfordringen blir støttet oppunder av forskningen gjort på Twitter av Vosoughi og Sinan (2018). Deres funn indikerer at det er 70% større sannsynlighet for at en falsk nyhet blir re-tweetet sammenlignet

med en sann nyhet (Vosoughi og Sinan 2018). Videre viser tall Vosoughi og Sinan (2018) kom frem til at det tok seks ganger så lang tid for en sann historie å nå 1500 mennesker, enn en usann historie. Zhuravskava, Petrova og Enikolopov (2020) viser også til denne problemstillingen ved å peke på at standardene for faktasjekking i sosiale medier er for dårlig. Dette i kombinasjon med en lav terskel for deling, og en høy hastighet kan føre til at det blir en utbredt spredning av feilinformasjon og falske nyheter i sosiale medier (Zhuravskava, Petrova og Enikolopov 2020). Disse tallene bygger oppunder den utfordringen som to av ungdomspolitikere i intervjuene snakker om, nemlig at sosiale medier brukes til å spre usannheter og fake news.

I tre av intervjuene blir det sagt noe om at de raske ufine tilbakemeldingene man kan få i sosiale medier er med på å spille på følelser, og at det kan være en årsak til at det blir et hardere debattklima i sosiale medier. En av intervjuobjektene forteller om en gang han fikk et leserinnlegg på trykk i VG, og etter bare ti minutter fikk han veldig mange ufine tilbakemeldinger i ulike sosiale medier på det han hadde skrevet. Disse meldingene som da folk skriver er antagelig tuftet på følelser, og ikke veldig gjennomtenkt. Ved at intervjuobjektet er på sosiale medier er det lett for folk å få tak i han, og sende melding til han om det de føler. Dette skaper et veldig press på de som velger å uttrykke seg, og komme med et politisk budskap i det offentlige rom. Zhuravskaya, Petrova og Enikolopov (2020) skriver også om dette og forklarer reaksjonsmønsteret med at siden tilbakemeldingene er umiddelbare så er de ofte basert på følelser og ikke fornuft.

5.5 Relevans av funnene fra oppgaven

Som vi ser av informasjonen som har kommet gjennom intervjuene så er det tydelig at sosiale medier gir nye muligheter og utfordringer for ungdomspolitikere til å nå ut med et politisk budskap. Ungdomspolitikere er potensielt fremtidens politiske beslutningstagere, og det er i den forbindelse det er meget viktig å være klar over hvordan de nyttiggjør seg av de sosiale medier plattformene. Ved å identifisere muligheter og utfordringer ved bruk av sosiale medier til å fronte et politisk budskap, kan man for det første gjøres oppmerksom på og opplyses om hvordan kommunikasjonen foregår i disse mediene. Men man vil også kunne rette søkelyset mot de utfordringene som ligger der. Dette vil være utfordringer som både representerer problemstillinger knyttet til den enkelte politiker som person, men også større samfunnsmessige problemstillinger som potensielt kan være en trussel for demokratiet vårt. Det er viktig å være klar over mulighetene og utfordringene slik at man i større grad kan ta gjennomtenkte valg knyttet til hvordan man ønsker å formidle og motta politisk informasjon. Kunnskap er nøkkelen og gjennom kunnskap kan ungdomspolitikere ta kloke avgjørelser om hvordan sosiale medier

skal, eller kan brukes på en måte som både tar hensyn til avsender av budskapet og mottaker. Man ønsker nye muligheter til å nå ut til mange og skape et engasjement rundt politikken velkomment, samtidig som man ikke ønsker at debatten skal kveles av hets og hatkommentarer eller snevres inn til å bli et ensidig budskap. Det er viktig for demokratiet vårt at ungdomspolitikere våre opplever at det er trygt å publisere et politisk budskap i sosiale medier. Vi er avhengig av gode, trygge ungdomspolitikere som kan bli morgendagens politikere, og derfor er det veldig viktig at man også er klar over de utfordringene som ungdomspolitikere møter i sin bruk av sosiale medier til å fronte et politisk budskap.

6 Konklusjon

Denne oppgaven gir gjennom intervjuer med syv ungdomspolitikere i Fredrikstad et innblikk i hvilke muligheter og utfordringer vi finner ved bruk av sosiale medier med tanke på å fremme et politisk budskap. Med bakgrunn i funnene i denne oppgaven kan vi si at det helt klart kommer frem flere positive muligheter for bruk av sosiale medier til å fronte politikk. Ungdomspolitikere trekker frem både mulighetene til å nå ut til mange flere med sitt politiske budskap, og at man kan skape et økt engasjement ved å benytte de ulike funksjonene som de sosiale medier plattformene har. Aspektet med å kunne omgå de tradisjonelle mediene, og være sin egen redaktør er også noe som det pekes på. Det gir igjen større muligheter for ungdomspolitikere til å promotere seg selv uten å være avhengig av spalteplass i avis eller skjermtid på tv.

Oppgaven finner også at det er en del utfordringer knyttet til sosiale medier og da særlig når man skal fronte politikk i sosiale medier. Av de ungdomspolitikere som ble intervjuet i oppgaven svarer fem av syv at de i liten eller ingen grad velger å legge ut politiske meninger i sosiale medier. Når ungdomspolitikere samtidig peker på flere gode muligheter, så er det naturlig å tro at utfordringene blir styrende for de som velger å ikke legge ut politiske meninger i sosiale medier. I intervjuene forteller de mye om utfordringer knyttet til frykt for hets og hatkommentarer, og at det kan være en av forklaringene bak at de velger å la være å bruke sosiale medier til å legge ut et politisk budskap. Det er en av intervjuobjektene som trekker linjene videre, og sier at det vil være et demokratiproblem hvis folk ikke lengre tør å ytre sin mening. Det blir også pekt på utfordringer knyttet til at sosiale mediers algoritmestyring vil kunne være med å skape ekkokamre og økt polarisering samtidig som det uttrykkes en frykt for at usannheter og fake news vil kunne florere i sosiale medier.

Funnene er gjort med bakgrunn i syv intervjuer med ungdomspolitikere i Fredrikstad. Det vil være nærliggende å tro at man ville ha fått noe av de samme svarene ved en tilsvarende undersøkelse i en demografisk lik kommune i Norge. Men siden utvalget ikke er større så vil det være umulig å skulle si med sikkerhet at disse funnene ville være like i en annen kommune. Det ville vært veldig interessant om det ved en senere anledning ble gjort forskning med bakgrunn i denne oppgavens tematikk, bare med et større nasjonalt utvalg.

Bibliografi

- Abrahamsen, Mats Hartvig. 2023. *Snapchat*. 03 01. Funnet 01 14, 2024. <https://snl.no/Snapchat>.
- Abrahamsen, Mats Hartwig, Henrik Dvergsdal, og Svein Askheim. 2023. *Instagram*. 25 01. Funnet 01 14, 2024. <https://snl.no/Instagram>.
- Aftret-Sandal, Maren, Karl Henrik Aanesen, Eva Sophie Wolff Hansen, og Jan-Arve Overland. 2020. *Mediebruk og påvirkning*. 02 11. Funnet 05 26, 2022. <https://ndla.no/nb/subject:1:ca0f428c-d59a-4836-83be-83cbc3191a23/topic:1:1a664f3d-4cdf-4023-b003-51fc85821ef6/resource:aba59d82-b85e-4abb-9749-a28587990b65>.
- Bjørge, Tore, Gunnar Thomassen, og Jon Strype. 2021. *Trakassering og trusler mot politikere*. PHS forskning , Oslo: Poltihøgskolen.
- Dalen, Monica. 2004. *Intervju som forskningsmetode - En kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Datatilsynet. 2020. *Personopplysninger til reklame, tjenester og produkter*. Personvernundersøkelse, Oslo: Datatilsynet.
- Enjolras, Bernard, og Signe Bock Seggaard. 2011. *Ungdommens politiske bruk av sosiale medier*. Oslo: Institutt for samfunnsforskning.
- Enli, Gunn. 2015. «Politisk logikk eller medielogikk.» *Norsk medietidskrift nr. 3 -2015*, 1-19.
- Enli, Gunn, og Ida. a Aalen. 2023. *Facebook*. 31 03. Funnet 01 14, 2024. <https://snl.no/Facebook>.
- Enli, Gunn, og Ida. b Aalen. 2023. *Sosiale medier*. 06 02. Funnet 01 13, 2024. https://snl.no/sosiale_medier.
- Ervik, Andreas, og Adrian Holm. 2024. *Twitter*. 08 01. Funnet 01 14, 2024. <https://snl.no/Twitter>.
- Facebook a. 2024. *Facebook - Joe Biden*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.facebook.com/joebiden>.
- Facebook b. 2024. *Facebook - Jonas Gahr Støre*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.facebook.com/jonasgahrstore>.
- Fredrikstad Kommune. 2023. *Valg*. 11 09. Funnet 01 28, 2024. <https://www.fredrikstad.kommune.no/tjenester/politikk-og-demokrati/valg/>.

- Hestvik, Håkon. 2022. *Sølvberget - Hvordan har sosiale medier endret demokratiet og politikk?* 29 08. Funnet 01 27, 2024. <https://www.solvberget.no/artikler/Sosiale-medier-og-demokrati>.
- Holm, Adrian, og Andreas Ervik. 2021. *Youtube*. 02 08. Funnet 01 14, 2024. <https://snl.no/YouTube>.
- Instagram a. 2024. *Instagram - emiliemehl*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.instagram.com/emiliemehl?igsh=bGVycmRycmIIN3U3>.
- Instagram b. 2024. *Instagram - Jonas Gahr Støre*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.instagram.com/jonasgahrs?igsh=ejVicDAyNGRjOGUz>.
- Instagram c. 2024. *Instagram - Potus*. 01 27. Funnet 01 27, 2024. <https://www.instagram.com/potus?igsh=MWszOW9INHJ3b3FqMw==>.
- Instagram d. 2024. *Instagram -realDonaldTrump*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.instagram.com/realdonaldtrump?igsh=ZndjOHdtODBvZ20w>.
- Instagram e. 2024. *Instagram - Regjeringen*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.instagram.com/regjeringen?igsh=bHVtdDk2Z3Njcjdv>.
- Ipsos a. 2023. *Ukens tall #17: Halvparten av nordmenn følger politiske partier eller politikere på sosiale medier*. 28 04. Funnet 01 13, 2024. <https://www.ipsos.com/nb-no/ukens-tall-17-halvparten-av-nordmenn-folger-politiske-partier-eller-politikere-pa-sosiale-medier>.
- Ipsos b. 2023. «Sosiale medier tracker Q3`23.» Ipsos. Funnet 01 13, 2024. <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2023-10/Ipsos%20SoMe-tracker%20Q3%202023.pdf>.
- Kalsnes, Bente. 2016. *The power of likes: Social media logic and political communication*. Doktorgrad, Oslo: Universitetet i Oslo.
- Kleinman, Zoe. 2018. *BBC - Fake news 'travels faster', study finds*. 09 03. Funnet 01 27, 2024. <https://www.bbc.com/news/technology-43344256>.
- Kolltveit, Kristoffer, Rune Karlsen, og Bernt Aardal. 2022. «Norske ungdomspolitikere: Hvem er de, hva gjør de, og hvor vil de?» *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 15 11: 290-305.
- Larsson, Anders O, og Bente Kalsnes. 2014. «'Of course we are on Facebook': Use and non-use of social media among Swedish and Norwegian politicians.» *European Journal of Communication vol 29*, 653-667.
- Lorentsen, Martin. 2020. *Komputer for alle- TikTok: Hva er det og hvorfor snakker alle om det?* 10 08. Funnet 01 14, 2024. <https://komputer.no/programmer/app/tiktok-hva-er-det-og-hvorfor-snakker-alle-om-det>.
- Malterud, Kirsti. 2002. «Kvalitative metoder i medisinsk forskning – forutsetninger, muligheter og begrensninger.» *Tidsskriftet Norsk legeförening*, 20 10: 2468-72.
- Medietilsynet. 2021. *Politisk markedsføring i sosiale medier*. Undersøkelse, Fredrikstad: Medietilsynet.
- Meltwater a. 2024. *Meltwater*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.meltwater.com/en/about>.
- Meltwater b. 2024. *Meltwater - Social-media-management*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.meltwater.com/en/suite/social-media-management>.

- NESH. 2021. *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap og humaniora*. Rapport, Oslo: De nasjonale forskningsetiske komiteene.
- Nielsen, Steffen. 2022. *Komputer for alle- Hva er facebook Messenger*. 15 04. Funnet 01 14, 2024. <https://komputer.no/internett/facebook/hva-er-facebook-messenger>.
- Norad. 2015. *Ytringsfrihet og medieutvikling*. 16 02. Funnet 05 23, 22. <https://www.norad.no/tema/demokrati-og-styresett/frie-medier/>.
- Petrova, Maria, Ananya Sen, og Pinar Yildirimf. 2021. «Social Media and Political Contributions: The Impact of New Technology on Political Competition.» *Managment science vol 67*, 05: 2997-3021.
- Regjeringen. 2021. *Norges arbeid for ytringsfrihet og uavhengige medier*. 20 12. Funnet 05 23, 22. <https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/menneskerettigheter/ny-struktur/medier/id2358336/>.
- . 2024. *Regjeringens medlemmer*. 27 01. Funnet 01 27, 2024. <https://www.regjeringen.no/no/om-regjeringa/stoere/regjeringensmedlemmer/id543170/>.
- Røgeberg, Ole. 2018. *Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier*. 31 08 . Funnet 05 25, 2022. <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>.
- Statista. 2023. *Number of daily active Snapchat users from 2nd quarter 2014 to 3rd quarter 2023*. Funnet 01 14, 2024. <https://www.statista.com/statistics/545967/snapchat-app-dau/>.
- Steinveg, Beate, og Hilde Bjørnå. 2023. *Sosiale medias inntog i lokalpolitikken er et tveegget sverd*. Kronikk, Bodø: Nord Universitet.
- Vosoughi, Deb Roy, og Aral Sinan. 2018. «The spread of true and false news online.» *Science* 359, 9 03: 1146-1151.
- X. 2024. *Donald J. Trump*. 14 01. Funnet 01 14, 2024. <https://twitter.com/realDonaldTrump>.
- Zhuravskaya, Ekatarina, Maria Petrova, og Ruben Enikolopov. 2020. *Political Effects of the Internet and social media*. Barcelona: Annual Review of Economics.

Vedlegg

Vedlegg 1 - Oversiktstabell over intervjuene

Intervju objekt nr.	1	2	3	4	5	6	7
Tema							
Aktiv/ikke aktiv i politikken	Litt aktiv	Veldig aktiv	Litt aktiv	Middels aktiv	Middels aktiv	Veldig aktiv	Litt aktiv
Hvor mye bruker du sosiale medier hver dag?	3timer	6-7 timer	3 timer	I liten grad	I middels grad	1-1,5 time	Gjennom snittelig
Hvilke sosiale medier bruker du	Facebook, youtube, snapchat, Instagram, Messenger	Snapchat, facebook, X(twitter), instagram, tiktok	Snapchat, Instagram, Youtube, tiktok	Facebook, Og X(twitter)	Snapchat, Instagram, Facebook, Messenger	Instagram, Facebook, Snapchat, Tiktok, Messenger	Instagram, Snapchat, Facebook
Bruker du sosiale medier til å fronte politikk	I liten grad Facebook – politiske arrangementer Messenger til å sende meldinger (rekruttere)	Sosiale medier – politisk og privat går hånd i hanske.	Nei, sosiale medier er privat, har ikke lyst til å fronte politikk der.	Nei, tar avstand fra å bruke sosiale medier i politikken generelt.	90% sosialt og 10% politisk Bruker det ikke til å fremme et politisk budskap	90% politikk på facebook (lik og del). Snapchat-venner Instagram-privat	Bruker det politisk innimellom. Legger ut bilder hun er enig i.
Muligheter							
Nå ut til mange	Ville ønsket å bruke det for å nå ut til flere folk	Nå ut til folk, og fange signaler Kort vei mellom politikere og folk	Nye følgere, Perspektiver. Har tro på at sosiale medier kan brukes for å nå ut med et politisk budskap.		Snakker om å nå ut til utrolig mange Åpen bruker	Tror at folk får med seg mye på facebook	Snakker om dette, nå ut til flere folk og spre et budskap.
Være din egen redaktør, omgå tradisjonelle medier	Kommer innom dette.	Kommer innom dette				Snakker om å være sin egen redaktør.	
Engasjere flere		Skape engasjement hos ungdom	Kommer innom dette.		Snakke med nærmeste venner om politikk	Kommer innom dette.	Lettere å «møte» folk og «møte» engasjerte folk.
Muligheter ved bruksområder, bilder, film etc	Kommer innom dette.				Kommer innom forskjellig bruksområder på plattformene	Korte innlegg, Dele med egen tekst – egne meninger Mindre tekst! Humor – viktig for å være vellykket i sosiale medier.	Lettere på Instagram å pakke budskapet inn – bilder+ info. Større sjanse for at det blir lest. Legge til lenke til artikkelen.

Promotere seg selv som politiker	Kommer innom dette	Det gjør han	Snakker om en ungdomspolitiker som promoterer seg selv.			Det gjør han i valgkamp år. Han synes det er litt invaderende.	
Informasjon		Mye informasjon		Lettere å holde seg oppdatert.	Fin måte å holde seg oppdatert	Holder seg oppdatert. Facebook er ikke en privat arena.	
Målgruppestyrt/ algoritmer		Snakker om begge deler.					
Pengeinnsamling					Kommer innom dette.		
Fakta sjekking					Enklere å sjekke fakta ved en diskusjon på nett		
Arrangementer							Kommer innom dette. Lage et godt arrangement.
Utfordringer							
Hets, hatkommentarer	Det blir ofte negativt, hardere Tror debattklimaet har blitt hardere	Debattklima – prater mye om det. Grensene blir flyttet. Usakligheter i kommentar feltet Hets! Nettroll.		Skape konflikt Unngå produktiv dialog	Snakker om dette. Frekke folk kommer for nærme Enklere å slenge dritt	Snakker om at politikere er utsatt for hets og hat kommentarer.	Snakker om dette. Netthets istedenfor saklige kommentarer Hørt om mange ungdomspolitikere som er usikker på å legge ut pga hets
Ekkokammer				Snakker om propaganda.			Snakker om ekkokammer pga at det er algoritme styrt
Polarisering		Snakker om USA, polarisering og populisme i politikken		Brukes til å sette folk opp mot hverandre	Snakker om fordommer	Det er polariserende når man må kjempe om øyeblikket. Det er ikke positivt for det politiske klimaet.	Ved at man bare får info fra en side.

Demokrati utfordringer		Snakker om at det er en utfordring for demokratiet hvis folk ikke velger å stå frem med meningene sine pga debattklimaet etc.					
Usannheter	Kvier seg for å legge ut fordi «det kan bli dratt litt» mot ting man ikke mener			Snakker om spredning av fake news			
Man får ikke hele bildet av politikken, bare en headliner		Mister mye av det viktigste i kommunikasjonen		Ofte misbrukt,		Man mister mye politikk ved å bare publisere korte setninger og bilder. Mister helhetsbilde	
Følelsesstyrt		Raske ufine tilbakemeldinger fra folk når han har publisert noe			Raske ufine kommentarer	Det handler om å fange øyeblikket – spille på følelser	
Annet	Aldri brukt sosiale medier til å promotere seg selv	Nevner Ipsos social media tracker Tiktok vokser raskest, Facebook er den flest er på.	Store partier blir større	Mener at alt er feil ved sosiale medier.	Press på hva man legger ut.	Ikke opplevd hat kommentarer eller trusler selv	Facebook – er for de eldre Snapchat – er for de unge Instagram – de fleste alders grupper
	Braker partiets side, og ikke sin egen.	Mener at Tiktok er fremtiden for å nå unge velgere	Man kan være anonym	Mindre sosiale medier – unngå provokasjon og kontroverser	Ungdommen er på sosiale medier Man må være der ungdommen er- altså sosiale medier.	Reaksjons mønsteret er annerledes i sosiale medier	Snakker om forskjell på gutter og jenter, hvor man kommer ifra i forhold til hets.
	Glad i politikk – i fysisk sammenheng	Veldig heavy å få sitt politiske budskap ut i sosiale medier			Lettere å fronte politikk i sosiale medier når man blir voksen	Lite kjekling blant de unge, ungdoms politikerne har en god tone sammen.	Tror at motgang og sosiale medier gjør at mange kanskje vil slutte som ungdomspoliti ker
		Grensene for hva som er greit flyttes Snakker om at partikolleger			De oppfordres til å legge ut og fronte politikk		Mer hets på Instagram enn facebook

		har fått drapstrusler.					
							Ingen egne opplevelser av netthets.

Vedlegg 2 - Intervjuobjekt 1

- Supert XXXX i dag er det rett og slett oppstarten her. XXXXXXXXX, jeg har lyst til å bare si littegrann om prosjektet, prosjektet har vi snakket littegrann sammen om nå handler om ungdomspolitikker i fredrikstad og bruk av sosiale medier. Det tar for seg muligheter og begrensninger eller utfordringer, og så får vi se om vi kommer innom noe av det underveis. Prosjektet er en del av Universitetet i Bergen statsvitenskapelige delen der. På en masterstudie, så vet du det. Bruk av data har du signert og krysset at du kan delta i intervju og at det publiseres og opplysningene kan kjennes igjen. Ja, selv om du vil være i anonym dine data blir slettet når prosjektet er ferdig, så lydfilen beholder jeg på en kryptert minnebrikke til sommer, og så når den er levert så slettes den.

Det går bra.

- OK, så kort. Hva heter du?

Heter XXXX, jeg skal si litt mer.

- Kanskje ja bare si etternavnet, og så har vi det.

Det er XXXXXXXX

- Supert og så alder og politisk parti og litt sånn erfaring ja i politikken.

Jeg heter XXXXX, jeg er XX år, er i XXXXX eller unge XXXX. Jeg har vært litt sånn steppe inn midlertidig styremedlem i Fredrikstad XXXXX nå, siden vi har jo en annen representant

som har begynt å studere i Trondheim og så, men nå har vi fått flere representanter eller flere folk i unge XXXX, så nå har vi sendt andre, så det er veldig fint at det ikke er eneste i unge XXXX som er i Fredrikstad. Så, og så er jeg innstilt til XXX nestleder i XXXX ung XXXX på årsmøtet som er nå X. Februar.

Intervjuer: Spennende.

Ja så det er det er veldig gøy, og også studerer jeg da økonomi på XX også. Og der også har jeg noen verv. Som er studentrådsleder, og styremedlem på fakultetet. Og det synes. Jeg er veldig gøy. Ja, det er mye. Det er mye kult som skjer.

- Bra bra, XXXXX

Altså, og så er det noen som er i den blå som vi tenker å kanskje selv lage liste fra universitetet på den neste kommunevalget i XXX.

- Å ja, spennende. Du er oppadkommende. Du er politisk engasjert og du engasjerer deg i mange forskjellige ting. Det er veldig, veldig bra. Du passer perfekt til på en måte det prosjektet her da du er ung politiker i Fredrikstad, så dette her har du nok mye. Passer bra, det er deg jeg ønsker å intervju.

- Hvis vi bare går og hopper rett i sosiale medier, kan du si litt om omfanget av bruk litt sånn personlig. Hvor ofte bruker du sosiale medier og hvor lenge bruker du hvis du tenker i uka eller i løpet av en dag?

Vi bruker sosiale medier, i hvert fall hvis du tenker jeg bruker jo youtube mye, men men altså det er jo ikke politisk. Altså. Det er jo kanskje noen politiske saker, men det er jo ikke for å fremme mitt budskap. Det er jo for å lære primært. Og følge med på, hva som skjer ja.

- Du nevner youtube er det andre ting du bruker som privat?

Vi bruker jo Facebook eller jeg bruker en del Facebook, og så har mange nedre glomma hvis jeg har en facebookside som vi ja, vi har jo ikke hatt så mye aktivitet, så vi. Vi bør kanskje på sikt få litt mer på siden. Ja, så, men det er avhengig av. Hvor mye eller, hvor mange vi er og på

hva vi kan gjøre da. Men har vi veldig heldig i unge venstre eller alle politiske partiene, for vi har jo et frifond.

Ikke sant?

Som vi kan liksom bruke til å skape arrangementer og liksom dra på ha medlemsmøter og spise pizza. Etterpå kan vi betale pizzaen med frifond da fordi det er politisk politiske møter. Det, det synes jeg er veldig bra.

- Er det andre sosiale medier du bruker privat?

Jeg bruker Snapchat. Og Instagram i liten grad jeg bruker ikke tiktok, men ja, det er jeg er kanskje litt spesielt, men. Sånn er jeg i hvert fall. Ja jeg har jo hørt at liksom de som bruker tiktok får så dårlig konsentrasjon at de ikke klarer å konsentrere seg på noen ting.

Jeg vet ikke, jeg bare bet ikke på trenden og så nå føler jeg at nå er det greit

- Hvis du tenker i løpet av en dag hvor lang tid cirka bruker, er du innom youtube, facebook etc.

2 timer hvert fall 3 timers.

Ta 3 timer ja. Pluss skole og sånn.

- Du har sagt litt hva du bruker det til, kan du utdype litt? Fordelingen mellom sosiale medier, privat og politisk, altså du nevnte du brukte youtube privat, men er det noe her du bruker inn mot politikk?

Ja, vi bruker Facebook i unge XXXXX.

Mest nasjonalt, men vi har jo en facebookside på nedre glomma XXXXX. Så det er jo veldig fint for å invitere folk, og det kan hende at noen får noen som er i riktig målgruppe. Da 15 til 25 får det opp i feeden sin, og da kan han at de blir med da. Hvis vi har et arrangement eller vi prøver å presentere oss selv ja, og så er det jo nesten en sånn gitt regel at når det skjer noe, så skal man legge den ut eller når det er tett, så skal man legge det ut både på intra liksom interne gruppen i XXXX og unge XXXX. Og også markedsfører det i på sider, for eksempel på Fredrikstad XXXX siden

- Ja, her skal det også legges ut. Er det sann at da skal legges ut på siden din også din private profil?

Jeg har. Jeg har valgt å ikke gjøre det, for jeg er litt sann. Jeg er litt usikker på, altså mest sannsynlig så stemmer jo ikke alle på siden min XXXX og da altså. Så jeg føler liksom ikke at altså det er viktig å nå er ikke jeg en som har kommet opp masse stemmer så, men jeg ser jo at de som som virkelig satser og kjemper om personstemmer og stemmer til valg. De bruker jo alle kanaler. Ja. Så, men jeg synes ikke det er så jeg klarer ikke å liksom formel eller liksom. Jeg synes ikke det er så veldig hyggelig at hele verden eller hele Fredrikstad skal vite hva jeg mener, og liksom og det. Det kan jo være en negativ ting.

- Bare sann kort oppfølging. Det kommer litt mer om det senere, men det at du velger å ikke bruke din private side, du sier littegrann om det, kan du ja utdype litt om det, for det er veldig interessant fordi at du er jo politisk aktiv. Du er medlem av unge XXXX, men allikevel så kvier du deg litt for å bruke siden og det synes jeg er veldig spennende.

Ja ja. Ja jeg. Jeg kvier meg litt.

- Kan du fortelle litt hvorfor?

Første? Nei, det er jo mange som har har meninger om prøver ting og. Jeg vil jo liksom være ureal type da og ikke ikke komme med bastante meninger om alt altså jeg synes det er veldig, veldig morsomt å ytre meningen min og hyggelig og ytre meningen i fellesskap. Men når jeg ytrer meningen på Facebook så kan liksom, meninger kan bli dratt. Dratt i mot ting som jeg egentlig ikke mener, og. Ja, du vet, liksom ikke hva slags respons du får da. Når det er en fysisk situasjon, så er det enklere og liksom få en ærlig samtale da. Det synes jeg er hjemme bare tenke litt. Og så er det jo slik at sosiale medier gjør jo liksom, altså, det gjør jo at mennesker som ikke at mennesker tør å si eller kommentere ting som det egentlig ikke ville turt å gjøre i virkeligheten, så på en måte så er det jo dumt. Men på en annen måte, så er det jo bra at folk får vite hva som skjer.

Ja så på en måte så kun vært tilbøyelig til å bruke sosiale medier mer. Fordi at da.

Treffe folk ja, vi vil jo ha flere velgere, og vi vil ha flere aktive medlemmer, så det er det taler jo for.

- Blir det fremover, kanskje eller sånn? Men samtidig så sier du at med en gang du legger ut noe på internett, altså på i sosiale medier så kan det bli brukt feil.

Bruk, det kan jo bli brukt. Og det, det ser vi jo har jo mange eksempler på at du argumentet blitt tatt bort fra ting som det egentlig ikke var ment til å være for.

- Nemlig nemlig har du opplevd det selv?

Ja, jeg har ikke i sosiale medier, men, men selvfølgelig i debatter og diskusjoner. Så er det sånn folk pleier å si liksom. Ja, du sier det ja, mener du det da? Og så vrir de argumentet til noe helt annet.

- Hva vil du si er hovedforskjellen med en debatt som man har over en kaffekopp eller ansikt til ansikt og en debatt som man kjører i Facebook eller Instagram eller i den type.

Men det blir jo mye hardere omtrent og du får jo ikke noe personlig interaksjon når du er på er digitalt, så det blir ofte, det blir jo ofte ganske negativt ofte.

- Ja, nå går jeg litt ut av av intervjuguiden min nå.

Noe da glemte jeg hva var spørsmålet? Forskjellen på debatt online og forskjellen på det debatt i virkeligheten.

- Men det var veldig spennende tanker du hadde rundt dette her med å ytre seg på en måte, så vi har vært egentlig litt lenger ned på lista og spørsmål her enn jeg tenkte vi skulle med en gang. Ja, men hvis vi bare stopper opp, og så kan det hende vi kommer. Tilbake til litt av det her senere. Som personlig har du brukt sosiale medier til å fremme et politisk budskap.

Ja, det må jeg nesten sjekke. Jeg har profilbilde med XXXX logo. Ja, det har Jeg, og det er å prøve et.

Politisk budskap det det jeg har faktisk vi hadde et det er politisk XXXX Da velger du representanter til styrene, fakultetstyrene og universitetsstyret, og da er det jo valg. Og da brukte jeg messenger til å sende meldinger til for å få for å få stemmer da eller på elektronisk valg. Så

og det funket jo veldig bra. Men men altså, det er jo et litt annet valg. Da har du fort så mye meninger. Da er det bare å stemme på den du kjenner.

Eller det du liker ja er messenger noe du kunne se at det var tryggere å bruke til en annen anledning?

Det er godt for. Altså det blir mye større ved kommunevalg? Selvfølgelig da. Men det er klart det er så. Det er veldig hyggelig å sende private meldinger jeg får. Jeg fikk jo det av XXX som du sikkert meg første gang 18 år så og da eller jeg var jo jeg satt Vi hadde vakt på ski da på sammen da fordi vi er jo gamle skiløper og begge 2 og da da da fikk han med med der også sendte han melding på før møter da, så det er en veldig viktig kanal for å få nye medlemmer å kommunisere plant internt hvert fall.

- Ja ja bra. Skigåinga skal vi prate mer om etterpå, men da skal vi stoppe intervjuet før vi prater om skigåing. For det er veldig interessert i.

Ja det, det kan vi gjøre. Det er noe helt annet.

- OK kan du du prøve å peke på noen på en måte nye muligheter for å nå sine politiske budskap som sosiale medier gir, er det altså muligheter ved bruk av sosiale medier. Har du noe? Har du gjort deg noen tanker om hvilke muligheter som egentlig ligger der?

Du kan du kan ha film og du kan ha bilder. Bilder eller film er jo det. Det er jo veldig tar seg veldig bra ut i sosiale medier. For folk liker jo å se film og ansikter, og så kan du ha. Du kan jo alltid ta måter, for eksempel da. Som driver et politisk budskap. Tre fra XXXX driver jo veldig mye med det.

Sitater ja. Eller at du lenker til en? Facebook i nei en artikkel og så skriver et par ord. Det kan Jeg gjøre. Så det gir jo ganske mye muligheter til å promotere seg selv. Ja, kommentere partiet. Det er akkurat aktivt.

- I form av velgere du kanskje ikke ville nådd ut til. Har du sett noen muligheter ved bruk av sosiale medier til det?

Hmmm altså sosiale medier gir jo en mulighet til å gå vekk fra tradisjonelle medier.

Ja Facebook nei, men du får så bra og sånn ja så aviser.

Og ja så da da du har jo muligheten til å bruke de som du bruker da altså du bruker youtube, Facebook, Instagram har du personlig tenkt over hva de mediene der har av muligheter som deg for deg som ungdomspolitiker?

Så blir det vanskelig. Ja.

Det er ikke nødvendig.

Nei, nei, jeg kan jo bruke det. Hvis jeg har lyst til å få personstemmer da II valg. Det er jo det er jo veldig nyttig. Det er mange som gjør det som jeg har om jeg. Jeg har jo mange jenter som også skriver det så ja, nå kan du stemme på meg. I dette valget? Ja så. Men nå etter velgergrupper. Takk.

Ja til ja til folk du kanskje ikke hadde på en måte fått vist 19 politiske ståsteder tidligere eller fått overbevist om at du er en god kandidat til bystyret i Fredrikstad, eller?

Det går an det det er det det går an det er å bruke Facebook for eksempel til å. Til å skrive artige innlegg.

- Har du brukt på den måten?

Jeg aldri så. Nei, altså det. Det går litt tilbake til at jeg jeg vegrer meg litt for for liksom. Altså. Vi vil gjerne snakke til å ha medlemmer som liker XXXX. Vi vil jo liksom ikke ha medlemmer som kom for eksempel i valgkampen da kommer bort til XXXX standen for å kverulere eller sånn, så det er veldig lett å få mange av dem på kjernen på Facebook da ja som. Altså ikke er interessert i XXXX, men bare lyst play. Det er underholdning, og det er jo nesten sånn som algoritmen pushe frem ja, så det er jo ikke det er jo en eller annen ting her. At det er ikke alltid lytte med følger. Følger det man egentlig vil da?

- For nå er vi jo inne på det som jeg merker at du synes på en måte at det her har du noen meninger om, og det er jo det som handler om utfordringene. Kan du bare fortelle litt om disse utfordringene du sa så litt om det i innledningen? Må gjerne gjenta litt det du sa. Der også.

Husker ikke hva jeg har sagt jeg.

- Nei, men spørsmålet er egentlig til deg. gir sosiale medier, noen nye politiske utfordringer, og hvis ja, kan du fortelle om noe om hvor forandringer du? Mener at det gir. Ja jeg kan På en måte, repetere litt det du sa i innledningen der, og det var jo for

eksempel at du bruker youtube, Facebook, snap og Instagram, og partiet har en egen side som du også bruker, og sånn også nevner du at du velger å ikke legge ut på din side fordi at du. Hmm. Sier at du vil ytterligere ledningen med på Facebook så velger å la være og så nevner du noe om at det er mest skremmende å. Legge det ut på Facebook. Hmm kan du fortelle litt mer om det? Så du snakket litt om argumenter som kunne bli dratt? Ut av kontekst og sånn.

For eksempel, jeg sa nei, det er jo mange elementer som skal bli dratt. Ut av konteksten. Så er det jo. Ja jeg tror Facebook er jo ganske. Den er jo ikke den blir jo veldig ofte litt. For, du får jo ikke liksom menneskelig interaksjon. Jeg vet ikke om jeg sa det, men. Det det? Det gjør du ikke. Nei, jeg tenker jo. Ja altså jeg bruker jo eller jeg vil jo helst bruke de sidene vi har i stedet for min personlige side e fordi at de de som er inne på det er kanskje mer sannsynlig at de som er inne på nedre glomma, unge XXX eller avgrenser side er interessert i XXXXX. En som er inne på min personlige side. Nei da. Med, så derfor tenker jeg det er lurt å bruke de. Men men altså det er jo. Muligheter, det er jo sikkert velger å hente hvis jeg skal dele ting på min side personlig side tenker jeg, men da er det jo også dårlig tid som vi har snakket om, så du må liksom prøve å veie opp da?

- Har du noen erfaringer med at ting du har lagt ut på i sosiale medier har på en måte blitt sånn som du sier da fått en litt sur tone eller blitt kritisert på en måte eller diskutert sånn? Som du ikke liker?

Jeg har ikke lagt ut noe politisk, så jeg kan ikke si at det har skjedd. Men men det er jo skjedd med andre, veldig mye, men jeg tenker når man når man. Mange tåler ikke som brikker også. Man, som man er offentlig person, så bør man være litt hardhudet og klare å debattere mot og ikke ta seg nær og argumenter og prøve å holde det saklig. Ja altså det er også et aspekt jeg altså. Det er jo. Altså, det er jo mange som er. Gjør seg til et offer, og det da løser du ikke så veldig mye. Du må liksom prøve å argumentere mot eller du eller samme side da. Føler jeg.

- Tror du debattklima har blitt litt røffere med sosiale medier?

Det er nok det det er, for det er jo ja det er mindre. Mindre personlig interaksjon altså, man får jo. Altså hun nærmere man er en person hun mer som er på tid får man. Det er vanskelig å få

inn på tid med noen som bor på andre siden av byen på på Facebook enn noen du kjenner personlig i en debatt.

Så det tenker jeg jo er et element. Så og så. Ja, du får jo ikke noe. Du du får også ansikter og er jo liksom. Når vi nå har vi 2 samtaler eller nå har vi samtaler. Hvordan da får vi liksom en personlig relasjon, men du du gjør jo liksom ikke det på samme måte på på Facebook.

Eller sånn altså du kommer unna med det da, og det er jo det er jo det som er dumt at de som ytrer utrolige meninger da kan komme unna med unna med det. Ja, og at det ikke. Er noe svart. Ja riktig så altså hvis vi, hvis altså hvis du hadde vært en debatt så hadde jo folk blitt en en fysisk valgt, så hadde jo folk. Liksom blitt skygget sett om de sa at så dumme ting, men det gjorde ikke på Facebook.

Det er for deg, for der får du leve videre. Ja.

Jeg kjenner grad. At du så jo altså, det er jo ikke nok så mye unge politikere da, men du så jo hvor mye hets det ble med eller negative kommentarer ble bomringen.

- Hvis du tenker på ungdomspolitikere grupper i Fredrikstad, sånn tror du at det er mange som kvier seg for å ta de politiske vervene? Fordi at man må fronte altså i partiet, så er det kanskje i mange partier. Så er det sånn at man nå bare. Spør jeg, er det sånn at man er forventa og fronte politikk på sine egne personlige?

Ja, nei, jeg opplever ikke det. Nei, nå kan jeg bare snakke for de ungdommer da, men vi har veldig tett miljø ungdomstro fordi vi er vi. Er ganske få. Nasjonalt, så alle kjenner jo alle, og det er ganske bra struktur. Så det er jo det er. Jeg synes jeg er veldig positivt. Så de som er i unge, altså, vi er jo omtrent så svær familie da, så. Så, nei, det er ikke noe press for ytelse. Jeg vil ikke si. Det, men det er veldig mange som gjør det. Ja, så vi nå kjenner jo altså. Jeg kjenner jo ikke så mange av de som ikke er så veldig aktive da, så det er jo lett å begynne å bli kjent med de som er veldig aktive, fordi det er jo de er jo veldig aktive, og de er jo med på ting, og jeg var jo på som en sentral eier nå i helga på Nydalen, og da var det jo i de mest aktiv 100 som var der da, så du merker jo liksom ikke de som. Liksom bare er i med i lokalpolitikken du ikke vil være med alt mulig rart og og nasjonale leirer.

- Hvordan er det dere når Ut til nye unge mennesker som dere vil ha med I XXXXX?

Jeg bruker messenger lurt. Jeg har med en på messenger eller meg og XXXX da. I unge XXXX, så jeg håper han blir med, og så pleier jeg og så ja, jeg bruker mye messenger og det går så

spurte jeg motsatt så. Er vi, vi bruker vi. Jeg tror det er veldig mange politikere. Det er det er noenlunde, og det er litt. Formelt da. Vi får til Snapchat og sånne. Det passer ikke veldig bra altså. Det er litt mer mer formelt og du ser du kan ha profilbilder og sånt på Facebook. Så det er litt enklere. Å ikke være. En rar. Eller det er lettere å se om det er og. Det er.

- En motivasjon da så politisk for deg, så er det rett og slett XXX at du bruker messenger, og du har også hatt et profilbilde på Facebook som har vist at det har vært i Venstre og på en måte frontale politikk der. Du ser noen muligheter ved bruk av sosiale medier, men samtidig så sier du at utfordringene som ligger der eller de kvalme som kanskje dukker opp ved å fronte politikk på egne sider, gjør at du kvier seg litt for å gjøre det. Nettopp på grunn av det debattklimaet. Sånn som du snakker litt om som du har hørt om at flere har opplevd når de har frontet politikk på sine kilder? Og derfor så velger du å lene deg litt på partiet sine sider for da. Er du i hvert fall bak en annen

Ja da står du ikke fram med ansikt, nei.

- Viktig, og det er enklere å fronte politikk på partiets vegne enn det å fronte politikk med eget ansikt ute.

Så jeg er veldig glad i å få politikk III liksom i en fysisk påmelding. Men jeg føler ikke at altså jeg har jo jeg ble med i.

Ja det er jo. Jeg har jo mange venner fra før den tiden, nå som jeg har fått mange venner i omganger, så er det jo mange fra fra før den tiden siden. Som ikke som er glad i andre partier da. Og og det er jo det er jo veldig viktig marked for et for seg til det var kanskje men. Ja, det er jo en egen stereotype. Det å være rundt bruker du. Altså, det blir jo liksom. Nei, jeg vil ikke si det. Ja, jeg tenker litt da. Altså, det er jo ganske få som har som er unge for opptatt av politikk hvert fall så opptatt av for mange synes det er kjedelig og. Det synes jeg er litt rart, for det er jo noe som mangler av det. Ja, egentlig.

Tror du bare sånn helt avslutningsvis på utfordringer har du en tanke eller har du noen tanker om at utfordringene ved bruk av sosiale medier gjør at folk kvier seg for å. Delta i politiske spørsmål.

Ja, altså du må du må vi studere det på Facebook, så må du du må være, da må du mene det eller sånn da. Det kan ikke være sånn der jeg. Jeg tror at det er retningen du kan. Det er liksom

det er mer bastant, det er liksom vi må gå den her retningen eller så. Jeg er alternet tar feil. Ja da føler jeg da.

- Helt til slutt. Helt avslutningsvis. Du har svart utrolig fint. Her er det noen vi tenker jeg tenkt på under intervjuet som du mener er viktig, og du ønsker å legge til eller Sånn og hvordan Opplever du det å bli intervjuet?

Veldig gøy. Jeg har aldri vært på intervju. Før så. Så det er veldig. Jeg må bare se hva jeg skriver det. Kan skrive ut. Ja vi kommuniserer internt. Vi inviterer til arrangementer. Hmm. Effektiv informasjonsdeling. Og enkelte få til et budskap. Det er det.

Jeg ja bruker av sosiale medier i unge XXXXX. Der har du gode gode ting for mulighetene ved sosiale medier.

1000 hjertelig takk da skal vi stoppe ballen opptakeren her skal vi se.

Da er jo så tar ja.

,

Vedlegg 3 – Intervjuobjekt 2

- Flott da sitter vi her på pizzanini ja, vi har kommet til enighet om at det er onsdag, og det er enogtredevte og han XXXX har akkurat blitt XXXX. Så XXXX. Jeg skal fortelle littegrann om det vi skal gå gjennom her. Vi skal ha en prat, et intervju, det er et semi strukturert intervju opp med ungdomspolitikere og sosiale medier. Oppgaven vil ta for seg de bruk av sosiale medier litt privat og så se på om du bruker det politisk og hvilke muligheter og utfordringer som kan eventuelt om du kan komme med noen betraktninger om det, etter hvert. Oppgaven er en del av uib, sitt statsvitenskapelig program der og bruk av data, og vil bli sånn at opptaket blir lagret på kryptert minnebrikke fram til prosjektet er levert.
- Og samtykket det har jeg fått for at vi kan ta. Opp og bruke. Det er veldig bra. Da kan du rett og slett starte med en liten kort kort instruksjon av hvem du er som alder, politisk parti, litt erfaring og verv.

Ja jeg heter jo da XXXXX er XXXX år gammel, sitter i bystyret i fredrikstad for XXXXXXXX. Jeg har også vært aktiv i ungdomspolitikken i XXX fra sent 20XX. Så nå XX år har jeg litt erfaring innen at en rekke verv opp gjennom de årene vært XXXXX i både lokallag i Fredrikstad og i fylket. Internasjonalt ansvarlig og miljø og klima, ansvarlig politisk nestleder, fungerende XXXXX, men samme periode og også vært XXXXX i fredrikstad. Nestleder og ordinær XXXXX, og så sittet i XXXXX i. Ikke på XXX i 2 perioder og nå litt sånn ymse pampe verv som leder av valgkomiteen i XXX i Østfold for eksempel. Da så det er altså en XXXXXXXX for fleksibilitet kort oppsummert

- Ja det er imponerende liste du har klart å være med deg XXXXX, i løpet av de XX årene, og du er XX år-

Du er på en måte i startgropen egentlig av en politisk karriere, samtidig som du har allerede ballast med det fra disse XX årene, så det skal bli spennende å høre litt om tanker og sånn om dette temaet.

- Kort om, sosiale medier, hvor mye bruker du sosiale medier og hvor lenge har du brukt det og? Om sånn litt sånn hvilke sosiale medier bruker og hva bruker du sånn?

Skitt, Nei, jeg regner. Jeg gikk i noe tittet litt sånn i går på det faktisk, for jeg tenkte at det er jo greit å ha litt sånn oversikt over forbruket sitt, og det ligger vel på en sånn solide 6 syv timer i gjennomsnitt om Dagen på. Diverse plattformer går aller mest i Snapchat, Facebook og Twitter. Bruker også Instagram, men mye mindre enn for litt samsvarende med med med trender der egentlig så jeg. Bruker det jo både både politisk og. Personlig privat da det lite lite politikk på Snapchat, for eksempel. Det er mest sånn kontakt med venner i det daglige. Twitter er desidert morsomste politiske plattformen å oppholde seg på, og så er Facebook den viktigste. At det bruker du litt sånn tips som har på hverandre? Facebook er bra for nyhetsoppdateringer og. Der er jo partiet partiene er desidert mest aktive også. Instagram er også litt sånn. Instagram er kanskje den kanalen som er mest delt da hvor du deler kanskje mest privat. Men det meste av innholdet jeg egentlig for er politikk, både fra lokallag II, partiet ungdomspartiet og fra andre politikere. Og så bruker jeg jo story funksjonen til å dele på en måte mye av det som kommer fra partiet sentralt og sånn da. Men ja, så det går. Går det en god miks? Liksom? Er for øvrig på linkedin også, men det er mest jobb relativt.

- Jeg tror kanskje det relaterte dette. Her er jo litt av det som kjennetegner, kanskje sosiale media. For da at den balansegangen privatbåt politikk, hvor mye? Hvordan vil du si fordelingen er hvis du skulle ta en sånn prosentvis på et eller annet vis her.

Ja, det er det er vanskelig å si for de også for mitt vedkommende så går det jo. Og for folk som er i ungdomspolitikken, så går det så hånd i hanske på en måte at det er vanskelig å gjøre det skillet fordi jeg kan jo si at på på Facebook messenger også da som jeg også bruker veldig mye tid på, så er det jo prater med folk. Jevnlig hver ene. I dag, men det aller meste av det er jo også politikk, ikke sant? Altså at det er en gruppe chat med liksom flere av de folka i bystyregruppa. Det er vennene mine fra fra XXX. Hvor vi prater om forslag som har kommet opp, altså hva som skjer på Stortinget og i regjering. Og sånn så det er jo det som er. Det er jo på en måte privat, men det er politisk i natur da.

Vil du si at sosiale medier er på en måte viktigste politiske stedet for å fronte politikk for deg? Ja jeg, ja, det vil jeg si. Fordi det er. Alle de tallene da som som vi har fått fått de siste årene. Sånn viser jo bare det som. Blir tydeligere og tydeligere for alle, altså at ting blir mer basert over nett vi er. Vi er avhengig av det hele gjengen på en måte. Det er der folk oppholder seg, og politikken er jo helt avhengig av å treffe folk. Så hvis man ikke evner å på en måte være til stede på de plattformene hvor folk er, så blir det ja det. Det blir dårlig politikk da på en måte eller du fanger. Ikke opp signaler. Hmmm når det er. Et eller annet som skjer, så er det på. En måte. Ja greit nok at det kanskje kommer på dagsetappen, men det er på Twitter som det på en måte sprenger det er det er der folkemassen kommer blir forbanna. Tagger, alle relevante stortingspolitikere og som også veldig ofte som man kan se på Twitter eller x da veldig morsomt at. Du ser jo stortingsrepresentanter som på en måte får nettopp det da at de får varsler så nettopp det her på nrk eller den og den saken. Hva skjer på en måte og får svar til sånn? Ja, men det skal vi se på. Så så det er også en veldig sånn. Du får aldri svar hvis du sender mail til departementet, ikke sant? Så sosiale medier har også blitt en sånn inngangsport da for kontakt mellom innbyggere og politikere. Så så det er jo ja i større grad også nesten enn media nå. Altså lokalavisa vår er jo. Har gjort det veldig bra, skjønt at man liksom må på digitale flater og sånn, og det kan det jo. Det blir vanskelig å ikke kalle det sosialt medium, ikke sant? Altså fordi i motsetning til om du går og kjøper en papiravis i lokalkjøkken, så har du på en måte inne på riksplan et levende eller kommentarfelt hvor akkurat det samme skjer. Jeg har et leserinnlegg på trykk i dag om inntektssystemet. Der kan det komme direkte tilbakemeldinger til meg som folkevalgt som ungdom. Politiker som jeg kan svare på også ikke sant? Så det blir et sånt. Det er det er interaktiviteten som på en måte gjør at. Det er veldig ja.

Hurtig kommunikasjon kort veien mellom politikere og folk lav terskel for å komme i kontakt.
Til slutt.

- Da da er vi egentlig dratt oss inn på det som som er som. Litt her her sier du egentlig svart litt på noen av spørsmålene dette, men har du brukt sosiale medier til å fremme politisk budskap og svaret ditt var jo helt tydelig. Ja, og du nevner opp alle disse, altså sosiale medier du bruker og situasjoner du bruker dem med og sånn jeg har lyst til også at du vil bare fortsette rett og slett på den der myndighetene altså kan du fortelle litt om hvilke muligheter er det ut ifra erfaringer som du ser at de sosiale mediene gir oss og gjerne peke. Det må. Og hvilke muligheter det sosiale medier eller hvilke fora har du rett fram? Litt Twitter veldig bra for, da ser vi liksom, men hvilke muligheter ser du i de forskjellige og hva er viktig for deg?

Jeg tenker jo veldig sånn. Jeg har jobbet. Jeg har jobbet mye med sosiale medier de siste årene. Jeg har på en måte fått ansvar både fra relativt tidlig XXX og litt sånn sosiale medieansvarlig, men også sånn nå i senere tid, da i ren arbeidssammenheng. Jeg har jobbet i Østfold XXXXXXXX eller for fylkestingsgruppa i viken. I underkant av et år jobbet med kommunikasjon. Jeg kommer tidligere ordfører, som jeg forøvrig også var litt sånn politisk rådgiver for. Som jeg styrte jo Facebook siden hennes også 2 år da og da lærer du du lærer deg å jobbe veldig tallbasert, målrettet og etter tall. Du ser hva som fungerer og du ser hva som ikke fungerer. Du ser hvilke målgrupper du nå har for det som er med de ulike sosiale mediene er at de gir oss jo veldig mye informasjon som bruker også selv om de tar med informasjon. Og så er det jo da sånn vi som vil bruke det som et verktøy får jo nettopp.

De tallene Facebook er gratis å bruke, og hvis noe er gratis, så er det du som er produktet, så det er informasjonen din på en måte hvem du er. Hvor gammel? Du er hvor du. Bor og det gjør også at når man annonserer, så kan man annonsere relativt målrettet da. Så jeg tenker veldig sånn målgruppe basert hvis jeg for eksempel i dag har jeg et leserinnlegg om inntektssystemet. Da legger jeg det på Facebook hvor det er på en måte. Hovedmålgruppen er alt fra liksom. 35 pluss opp til 65 år, menn og kvinner i litt alle alder. Ja og som kan være interessert i den tematikken da sånn at man deler leserinnlegget der. Jeg ville ikke dele det på Instagram eller lagt ut på snap storyen min at heile som inntekt på en måte for der er målgruppene yngre og at formatet må egentlig endres for at det skal være effektivt. Da så det også at det samme formatet fungerer ikke i alle kanalene. Både Instagram og Snapchat er mer videobasert. Instagram har

gått så mye mer over til at reams er det som fungerer. Og så blir det jo politisk innhold også. Blir jo faktisk dysset ned. Meta hadde en avgjørelsen nå før sommeren for å dempe er basert på USA, ikke sant? Man skal prøve å dempe polarisering og konfliktnivå, så de tar liksom et akt aktivt standpunkt på at de skal dysse ned politiske nå, og det gjør at annonseringen også blir viktigere da. Så vi jeg min erfaring. Sånn personlig er at vi vi annonserer også i jobbsammenheng, liksom på ulike kanaler. E med ulikt innhold også da. Og det viser også hvor bra man kan nå ut vi. Vi hadde et innlegg som jeg lagde i sommer på på en politiker sidene som jeg har administrert, som fikk altså 60.000 unike visninger, ikke sant? Og det det er det er mye folk. Til sammenligning så er det 20.000 mennesker som abonnerer på lesebrett så bra.

Var det lokalpolitisk. Jeg bare spørre det var lokalpolitisk for Fredrikstad kommune som bor 85.000 innbyggere. Så kan vi ikke garantere at alle som har sett den i det innlegget som du la ut her, men allikevel 60.000 mennesker og med lokalpolitisk sak har.

Har du kan nok med altså med meta sine annonsering og du kan uten at jeg har konkrete tall på det, men du kan nok fastslå godt over halvparten av de er fra riksadvokaten. På en måte for det er relativt målrettet, så har det kommet litt nye retningslinjer nå på morgenen i det siste. Etter noen domsavsigelser i Oslo som gjør det mer komplisert framtiden, og det kan jo komme litt inn. På for. Det er sånn sosiale medier er spennende også på grunn av annonsering, fordi det gjør at du kan målrette hvem som ser innhold du legger ut på grunn av algoritmene. Men når den muligheten på en måte fjernes, så er det. Også litt sånn spennende da.

- Hvilke sosiale medier ser du på som det absolutt viktigste for deg personlig for nå?

Er det ja, nei det. Det er åpenbart Facebook det. Det er den plattformen flest er tilstede på per nå.

Er bare politisk.

Men det vet jeg også at vil endre seg veldig da jeg tenker at det er. Helt uvant å sitte her og prate, og liksom ikke nødvendig tiktok som en veldig stor plattform som blir kjempestor i framtida som er kjempestor nå. Men vi følger jo med på sånn ipsos social media tracker, som på en måte viser litt om hvilken steder unge og eldre her til til stede på nå tiktok er den raskest voksende plattformen. Vi vet jo nå hvor viktig den var under valgkampen i skolevalget. Noen av ungdomspartiene har gjort veldig suksess med å være tilstede. Hmmm. Vi har vært mer tilbake. Tallene og på en måte ja, i større grad kanskje fulgt litt sånn anbefalinger eller hvert fall vært veldig kritiske da til at her er det en kinesisk aktør så måte også får veldig mye informasjon, og så vi har vært veldig tilbakeholdne. Men det er også spennende fordi du ser

store endringer på den flåten også. Alle skjønner at man må begynne å bevege seg over på. Plattformen sosialdemokratene i Sverige gjør det de kjører i gang en prøveprosjektet nå på vårparten etter inspirasjon fra SU, som har klart det altså helt mesterlig. Det er de som er best på på de i Sverige. Har vi fattet prøveprosjekt arbeider blir har hatt et lite sånn semikolonprosjekt, både hvor vi har 2 stortingsrepresentanter som er til stede på tiktok nå og vi som sitter i. Ja det glemte jeg også. Jeg sitter også i digitale nettverket til XXXXXXXX sentralt, og vi kommer til å også på en måte kjøre i gang i et sånt prøveprosjekt nå nå i nå på vårparten for.

- Og for dere ser mulighetene med å dra ut til mange, mange yngre brukere som dere ikke når ut til på de andre plassene. For det er det det er det du sier her. At tiktok er de unges plattform.

Ja det er jo ja.

- Og for å nå ut med målrettet. Regjering eller politisk budskap, så er det den plattformen som dere som du ser for deg at.

Jeg ser om at den blir absolutt størst, altså fordi tiktok også treffer jo på grunn av hvordan algoritmen det fungerer, så treffer jo denne appen også veldig bredt før den treffer.

Det er frem til.

Det er jo ikke egentlig. Et nettsted der ikke sant altså kontra for da hvor det var det var mye mindre algoritmer rute du måtte i større grad oppsøke forum som spisset seg inn på det du var interessert i typer reddit og og fortsatt alle disse veldig liksom gamle tidlig tidlig sosiale mediene eller medienettstedet da som hvor du måtte oppsøke litt mer aktivt informasjon som du var ute etter eller underholdning som. Litt etter nå ser den jo veldig sånn. Det er med i seg selv som har alt, og så ser det veldig raskt hva du er interessert i. Så den målretter etter etter ditt virke, og det gjør jo at både en som er 40 og en som er 16 kan ha like mye nytte av det fordi appen er ikke det samme for de 2 forskjellige, så det er appen som måtte gjøre 1 1 1 distinksjon mellom brukerne, og det gjør jo at du kan nå ut til ekstremt mange mennesker. Så det. Ja den? Man kommer liksom ikke unna det sammenlignet med hvordan vi liksom opererer ellers da ikke sant? Ungdomspartiene er kanskje ute på skolene en eller 2 eller 3 ganger i løpet av året på videregående e naturligvis da prater om politikken sin har kampanjer. Kontra å kunne på en måte være til stede på et medium, hvor alle de som går der eller i hvert fall sånn godt over 80%

da av de som går der er garantert til stede på plattformen, og du kan nå. Dem hver eneste dag? Så det er enorme muligheter da det er.

- Det, hva er det sånn kort oppsummering eller kort spørsmål til slutt om denne er, tror du at du kan få flere unge velgere engasjert i politikk ved å treffe dem på sosiale medier?

Det det tror jeg, og det handler jo. Det handler jo selvfølgelig om på en måte på samme måte som hvordan de blir engasjert ellers da. Jeg ble jo bare vervet en kamerat som var med i XXX og synes det var kult på en måte. Jeg synes han var kul, så det. Hmmm man ble med og skjønnte etterhvert på som man var på møter og sånn og sånn. Ja, det er enig liksom det var bra bra greier. Enig i den politikken. Men for veldig mange. Og det som blusset mitt engasjement velger jo var jo sånn når du fikk høre om urettferdighet, ikke sant? Altså de store internasjonale konfliktene i Israel Palestina var et av de første temaene som jeg var med på å huske jeg og så konflikten i vest sahara, Afrikas siste koloni. Vi hadde en som het astra leder for støttekomiteen i vest sahara som har vokst opp i flyktninger, ikke sant? Inn og pratet og du sitter her som 14, liksom skjønner at sånn ja **** det. Det er ikke bare Norge roser grønt, og liksom alle har det bra og ingen har fått i og. Det tenner et veldig engasjement og med sosiale medier så har det jo muligheten til å treffe det engasjementet og på en måte blusse. Opp det mens folk bare sitter hjemme, så det er jo eller på skolen for øvrig eller ute med venner altså det er så det gjør jo bare at. Målgruppen blir større, for du har muligheten til å treffe flere folk. Så da handler det også om sånn da er det jo til innholdet de kommer ned til da, og det er jo det som er spennende fordi muligheten være veldig store. Men utfordringene er også sånn som sagt at det tiktok er er. Jeg ser på dere med en sånn tosidighet, fordi det er den raskest voksende er ikke noe tvil om det. Derfor er det viktig. Å være tilstede der? Problemet med at icc og problemet med at sosiale medier også. Er jo at. Min opplevelse er at det ofte dummer ned nivået, ikke sant? Altså at det det forenkler til det negative. Mye av det som har fungert fordi ungdomspartiene som er veldig aktive og til stede på tiktok for eksempel, det er jo kan bruke Simen velle. Lederen er for som et godt eksempel. Han kjører en sånn. Klassisk taktisk populistisk taktikk. Man åpner med et argument som absolutt alle liksom mennesker med noe mellom ørene vil. Være enig i. At sånn skal det selvfølgelig ikke være gjerne noe som provoserer litt, ikke sant? Og noe som noe som du er enig i at han mener at det er dumt for man da trekker det over til vel vi III, et parti eller i det partiet mener det som er negativt. At du på en måte? Du trekker alle sammen inn for du snevrer det og da når du jo en på en måte bredere flaskehals da enn hva du kanskje ville gjort hvis du hadde startet med heter XXXX jeg kommer fra XXXXXX eller så det blir en veldig

annen dynamikk da, så Norge er jo. Vi ligger jo forholdsvis godt an i forhold til mange andre land, hvor politikken er mye mer populistisk anlagt og mye mer Polarisert. Kort men inntoget av sosiale medier er jo nettopp det som. Kan bidra til å på en måte gjøre at vi kommer nærmere da at det blir mer USA lignende tilstander, og at det blir lengre avstand mellom oss fordi istedenfor at vi møtes til debatter og snakker med hverandre, så ender vi opp med å nå står i en situasjon hvor man legger ut liksom individuelle videoer på antikkttak. Også stiger man den andre sin video med en brøkdel av det de har sagt med å kontekstene blir visket ut. Og ja.

- Nei for noe kommer noe, kommer du inn på det som er meg som jeg har lyst til å spørre om, som du gjerne kan fortsette å prate om, fordi at dette her er du er jo. Dratt deg selv inn på det som er det neste er altså du har vært gjennom masse muligheter og mulighetene du har nevnt og som du har vært igjennom er å informasjonsflyt. Det er målgruppestyrte. Det er annonseringer og algoritmer som gjør at du treffer du har lyst til å treffe og de ulike mediene brukes til å treffe forskjellige grupper i også ikke. Jobs og du at du bruker Facebook politisk. Du bruker jo veldig mange av disse her politisk, og du trekker fram tiktok også, og så drar du deg inn på utfordringer av deg selv og. Jeg tror derfor det jeg har lyst til å spørre om, fordi at ved alle disse mulighetene, så kan det hende du har noen betraktninger om hvilke utfordringer, og jeg er også interessert i å høre om du har noen betraktninger om diskusjonsklima også. Altså debattklima i sosiale medier. Hvis du kan komme inn til dem også.

Ja ja nei, altså det er det er mange veldig store utfordringer som jeg mener at vi allerede opplever. Det er mange som jeg tenker at vi. Vi er ikke helt der enda, men det kan veldig fort på en måte bli sånn. Det store og det første det er som du selv nevner, altså selve klima for debatten, på en måte fordi det er veldig forskjell på å kommunisere med hverandre digitalt enn det er å gjøre det på ekte. Det gjør noe med grensene våre. Det flytter grensene. Mm, det gjør etter min oppfatning at vi har lettere for å låse oss fast. Altså. Det er vanskeligere å være pragmatisk over tekst. Det er vanskeligere å se den andres synspunkt akkurat som det er all kommunikasjon over melding altså du ser ikke ansiktsuttrykk. Du ser ikke om noen sier noe om et glimt i øyet som betyr at det som kunne vært morsomt. Politisk poeng eller ja, d en en liten. Et stikk med et smil da i en ordentlig debatt. Det blir veldig fort hets eller i hvert fall usaklighet da over nett, og det opplever man jo veldig ofte selv også. Ikke sant at fordi fordi det er så lett tilgjengelig, så deltar jo veldig mange i de debattene. Og så er kanskje min opplevelse at det ikke alltid er de som er mest saklige og og mest ryddige som bruker mest tid da på å sitte

og delta i kommentarfelt. Debatter som gjør at det også blir litt sånn forkludret fra Start, fordi mange av de som er der er ikke interessert II det altså de har. De er låst i sitt standpunkt og så. Så altså mange, mange kaller det på en måte for net troll og sånn ikke sant? Jeg synes det er en dårlig definisjon fordi jeg har vokst opp med et internett hvor et net troll var på en måte det. Det er en person som aktivt går ut for å terge noen, altså de de finner glede i å liksom. De synes det er gøy å gå å kødde med. Folk på internett. Og gjøre folk provoserte, men her dreier det seg om folk som ikke har noen mål og mening med å på en måte terge noen. Eller jeg er jo ikke ute i vg sitt kommentarfelt for å være forbanna. Eller for å gjøre alle politikerne forbannet, liksom de, men de har et veldig fastlåst standpunkt, kanskje ganske simpelt. Og det er en veldig enkel arena å delta på da, og så får du. Veldig mange av. De inn på samme arena og det? Blir mye større og. For da unge mennesker i politikken, som ikke nødvendigvis har veldig mye erfaring. Man er unge utrygge, selv om man altså du får veldig mye av å være med ungdomspartier. Du lærer veldig mye. Du blir trygg og stødig, men det tar tid. Så får en 15 16 åring da som er så heldig å få liksom et debattinnlegg på trykk II Aftenposten side eller i. Media så er det veldig heldig, altså fordi den backplassen som kommer i kommentarfeltet da, og som er så lett tilgjengelig det det kan bli veldig tungt for mange. Så det, det er jo den liksom første og store veldig åpenbare utfordringer da, og det trekker man den veldig langt der hvor jeg. Jeg skal ikke. Si at vi ikke er der, eller fordi det er vi vi hadde en om. Det var en rapport som som kom fram til det, eller det var i hvert fall en ganske kraftig artikkelserie fra jeg mener om Aftenposten for for et års tid tilbake som tok for seg hvordan overlevende til 22. Juli ble behandlet i mediene, hvordan de på en måte fortsatt opplever trusler i kommentarfelt når man er ute og uttaler seg. Og at det på en måte. Det blir sånne arnested da for veldig skitne holdninger og meninger og, og så tar jo noen for eksempel som for eksemplar tar jo grep modererer kommentarfelt veldig aktivt og stenger det etter klokka 11.00 og sånn. Men det er jo veldig nytt. Det er veldig nytt, og det er veldig min oppfatning. Det har vært veldig lite praktisert i det veldig lange spennende år som vi nå har hatt sosiale medier tilgjengelig da. Så det er en sånn veldig levende utfordring at det det det går på en måte løs på demokratiet da. Hvis det blir så hardt å være ung i politikken fordi du ikke kan nyte deg uten å få drapstrusler på sosiale medier, fordi det jeg har aldri opplevd å få noen på døra som kommer og sier alle disse tingene til meg. Men på sosiale medier så skjer det jo. Jeg selv har aldri fått noen drapstrusler heldigvis, men mange av mine partifeller har fått det. Hmmm. Og en ting er å på en måte at du ja en gang i året vi får alle sånne brev fra en sånn sionistisk organisasjon oppe i nord som sender ut alle folkevalgte og sånn og i posten er liksom veldig lite trykk. Og på de fleste unge folkevalgte og unge politikere, men på sosiale medier så blir det så ene. Inntrykk da, og.

Så tror du det enorme trykket som er for at det er det, er det du gjør du du legger deg jo ut der når du sier du bruker dine private facebooksider? Instagram sider, altså det er der du har ditt private og egentlig der du fronter politikk og for å bli en politiker i dag, så er det vel nesten helt nødvendig.

- At man også fronter. Politikk og sitt budskap og sine meninger på disse mediene for å nå ut til mange. Men tror du det gjør at mange kvier seg for å bli politikere av av den nye generasjonen og eller kvier seg for å legge ut politiske?

Mm mm.

Budskap ja jeg begge deler, for jeg tror jo at. Det handler jo veldig mye om personlighet også, ikke sant? Men jeg mener at alle. Alle som i utgangspunktet vil engasjere seg i demokratiet, men som blir hindret til det før eller annen grunn. Det er jo et veldig tap fordi vi vet ikke hvem som på en måte kommer inn og kan bli ekstremt viktige brikker i Norsk politikk. De kan gjennomføre liksom gode politiske endringer og og ta Norge som samfunn videre. Da så alle man på en måte mister på grunn av den for hard samfunnsdebatt eller et for høyt trykk på sosiale medier da. Veldig stort tap. Og og så går det jo også en time med de som på en måte vegrer seg for å bli med, men for alle som også er med fra ja, altså uavhengig av det. Da takker du også det presset veldig. Ulikt og det her klart en kjempe psykisk belastning for for veldig mange, så jeg. Jeg tenker at den største utfordringen med det er at det det flytter grensene for hva som er greit å si bare på, altså rent og skjært fordi det er så lett å si det, men altså det det blir tastaturkrigere som. Sitter og kan mene hva som helst når som helst, og det er. Ja det er. Det er ikke alle tråd som sprekker i sola heller på en måte, ikke sant? Selv om man har offentlige kommentarfelt og det modereres så vel og fint det, men det er jo en da når man er tilgjengelig på alle disse plattformene. Kontaktinformasjonen vår er lett tilgjengelig og sånn jeg var ute. Jeg hadde et oppslag i vg for ikke så lenge siden nå. Og det, det var sånn jeg ble oppriktig overrasket, for det er første gang jeg har fått, eller det er vel andre gang jeg er på trykk i vg og da også. Det det renner. Inn med en gang altså. Det går 10 minutter fra jeg får beskjed om at jeg er publisert til begynner å renne inn meldingsforespørsler på messenger med folk som skal fortelle meg at Jonas er tett i hue og at jeg er en idiot som ikke skjønner at vi ikke kan bruke penger på kunst og kultur nå når det er du tid og altså. Så så det kommer sånn veldig med en gang. Så så det er det. Det er på en måte den største utfordringen som vi har i dag, men utfordringen som kan komme oss som jeg synes er litt interessant. Og det er jo særlig sånn med plattformer som tiktok som krever hurtighet, ikke sant? Altså du må være rask for å få gjennom

budskapet ditt. Det må du på de andre plattformene også. Facebook har jo en sånn veldig fin funksjon at du kan se hvor mange som har sett på video, men du kan også se hvor mange som har sett hele videoen, altså play frew. Og den er jo altså etter et halvt sekund. Så forsvinner de aller fleste, ikke sant? Hvis du ikke har noe engasjerende de aller færreste se gjennom hele videoen du har hatt. Du sies at du har liksom i utgangspunktet 3 sekunder til å fange oppmerksomhets oppmerksomheten til noen. Jeg tror det er enda kortere enn det også, så klarer du ikke liksom formatet der og sånn så har du kjørt. Og problemet med det er, at du må i større og større grad kanskje være litt sånn at Rangers da at du må ha på en måte si noe som fanger oppmerksomhet og politisk, så er jo det ofte skillelinjer, ikke sant? Da det leserinnlegget som vi har på trykk i dag også. Jeg har fått beskjed av sjefredaktøren tidligere. Sånn klarer dere å skrive litt mer tabloide titler på en måte fordi det er møkk kjedelig å bare ha noe faktaopplysning så ble velkommen etter Høyre da, ikke sant? Litt sånn passiv aggressivt altså. Ja for det klikker folk seg inn på ja og på samme måte hvis du starter en en video med sier noe helt sjukt. Så kan det hende at folk ser på, og det er må liksom flytte de der grensene. For hvordan er det vi omtaler hverandre? Hvordan prater vi om hverandre? Jeg er redd for, at vi skal få et sånn skoledebatt format egentlig i debatten på på sosiale medier fordi skoledebattene for altså 70 80 nittitallet nå var jo helt *****. Det var helt horribelt. Debattantene hadde veldig lite respekt for hverandre på en måte vi har fortellinger. Ikke sant om sånn FU pleide å sitte og kaste ut godteri til folk i salen fra tisseposer når auf har? Innlegg og man satt og liksom gjorde narr av hverandre. Og så har det klimaet blitt veldig mye bedre. Begynner egentlig å bevege seg litt nå, og han begynner å se at retorikken blir hardere. Unge Høyre satte for noen år tilbake, og på en måte anklaget også. Ja, Arbeiderpartiet vet hva de gjør når de sier nei til liksom mineralsatsing her og sånn fordi det er små barn i Kongo. Som som å plukke de mineralene og sende dit og vi vi var like harde i sist valgkamp nå da hvor det var snakk om om konverteringsterapi, ikke sant hvor man har debattanter som sitter og anklager Høyre for å ville sende homofile gutter til London på tvangsstøy trening liksom altså. Debattklimaet begynner å bevege seg, og alle har et ansvar for dem. Og problemet med at da de store plattformene er egentlig de som sier minst, ikke sant, altså du du tar deg ikke tid til å få lange svar eller kompliserte svar på kompliserte løsninger eller kompliserte løsninger på kompliserte problemer. Man gjør det såpass enkelt og så fordummende at det blir både vanskelig eller det blir veldig lett å skjønne. Men det er ikke sikkert at vi egentlig har skjönt det, så så det er litt sånn. Det er litt farlig fordi jeg tror at jeg synes at vi har veldig god politisk tradisjon i Norge. Det er egentlig veldig trygt. Det er godt vi er på tvers av ungdomspartiene, så er vi veldig gode venner. Det er en stor, stor styrke i å få flere til å engasjere seg, og det gjør. Det gjør oss ikke godt da, hvis vi på en måte begynner å

kommunisere til hverandre kontra med hverandre, for det er det de sosiale mediene i stor grad gjør også.

Der tror jeg du er inne på på veldig mange viktige ting rundt det som på en måte kan komme fram av utfordringer rundt det. Akkurat det du peker på da du er innom grenseflytting og man mister mye av viktige kommunikasjoner. Dette med hets og usakligheter og sånn og det som du sier kan være å høre at det er blitt veldig heavy det også få fronter politikk og og skulle stå for noe i samfunnet i dag.

Takk ja.

- Som du du har opplevd selv da at du får direkte respons 10 minutter etter. Bor når du har hatt et innlegg i blad om det er lokalt eller nasjonalt i sosiale medier, for det er det du gjør, altså det er sosiale medier. Ja folk går inn å søke på navnet ditt, ikke så. Da flyttet. Man flyttet folk hjemme i stuen din, og så. Plinger det rett inn? Ja. Det var veldig mye fine betraktninger. Simon, jeg så helt. Avslutningsvis er det noe du har tenkt på som du liker for sagt, og hvordan opplever du å bli intervjuet?

Kan du si det først har vært veldig, veldig fint og igjen spennende spennende tematikk. Jeg synes det er viktig at noen på en måte setter fokus på det, fordi det er jo. På samme måte som det er viktig. Det er viktig for politikken og hele samfunnet. Og så er det såpass nytt. Og det er jo på grunn av at det beveger seg så raskt, så blir vi aldri klok på det, ikke sant? Altså det. Da jeg gikk på barneskolen, så gikk vi fra å sitte med ordentlig pc rom og liksom leke oss i paint, ikke sant? Og sender mess til hverandre og så på iphonen og pang ikke? Sant så veldig viktig at man setter fokus på det. Nei, når man ikke har fått sagt. Det er veldig jeg tror. Det er er. Ja, jeg vil se på det litt sånn som med med debatten som går nå rundt digitalisering i skolen og sånn da, ikke sant? Vi vet veldig mye mer nå enn hva vi gjorde for 20 år siden. Vi vet mer om konsekvensene vi er dårligere på å skrive regne matte altså. Vi er dårlige bak på en måte. Kan ikke fastslå kjempehardt at det er på grunn av det digitale eller sosiale medier og sånn, men det er lett å på en måte tenke seg at det absolutt har mye med med saken å gjøre. Vi vi når vi sitter på tiktok og ser på 15 sekunders videoer. Vet ikke hvor kjent du er med det, men altså, det er sånn det har gått fra å være. Ikke bare at du trenger korte videoer, men nå har du også en todeling av skjermen på en måte hvor du får en slags hjernetrim nederst. Altså et klippet noen som spiller subway surfers eller noen som lager mat eller noe sånt mens du har den ordentlige videoen der oppe. Og så er det tension spennet vårt er så dårlig stilt at du du skroller deg videre hvis du ikke har noe ekstra å se på ved siden av det som faktisk er innholdet du ser på jeg jeg merker det

selv når jeg sitter og ser på film, og jeg er nesten helt avhengig. Av å på en måte sitte med noe i hånda, altså jeg må. Jeg må nesten spille liksom tetris eller annet sånt annet. Men det er jo nettopp det at det er. Jo det er jo innholdet, men rammene vil på en måte alltid være der. Det vil alltid være digitale virkemidler, og det vil alltid være sosiale medier. Vi er helt avhengig av å forholde oss til det, fordi folk forholder seg til det folk er der, så vi som politikere må være tilstede på de plattformene som folk er på, men da er det også. Vi skal være bevisste på at det er vi som styrer innholdet på en måte hvis vi tillater innleggene. Retorikken å bli såpass liksom dårlig eller grenser flytende at det blir problemer at vi merker at det er en utfordring da som vi står overfor, så er det på en måte også vårt ansvar og og ta litt tak i det. Det er ikke det er ikke vi kan ikke si til folk. Dere må slutte å heie på at han for Unge XXX kaller ham fra XXX en idiot fordi det det gjør de uansett. Vi er en gruppe mennesker på en måte vi eller gruppe dyr, altså vi vi har. Intra og intra personlighet vi. Det er sånn vi tenker, men vi tenker det først når noen presenterer oss fordeler på en måte. Så vi må være til stede overalt, men vi må ha kontroll. Altså, vi må ha et ansvar. En ansvarsfølelse overfor det vi gjør, for det er vi som setter grensen der.

- Da XXXX tror jeg vi skal skal runde av. Jeg tror ikke vi skal si så mye til, avslutningsvis i annet enn at jeg synes du kommer veldig mye fine betraktninger. Så 1000. Takk det er bra.

Vedlegg 4 – Intervjuobjekt 3

- Flott da sitter vi her på pizzaen inni og skal kjøre et intervju. Intervjuet har jeg presentert litt for deg. Du har skrevet under et samtykkeskjema og hvor du sier at dataene kan brukes. Dette er et intervju som handler om ungdomspolitikere og sosiale medier. Hvor er Universitetet i Bergen som er på en måte dem som er ansvarlige for dette? Her så kort kan du introdusere deg selv ditt navn nå hvor gammel du er politisk partier og kanskje litt om erfaring i politikk og sånn.

Ja, jeg er XXXXXXXX Jeg er fra XXXXXX i Fredrikstad. Født og oppvokst. Her bodde her nesten hele livet. Jeg er XX år gammel. Min politiske interesse kom via. Kom via dyrevelferd som jeg sa var veldig dårlig i Norge etter jeg hadde bodd i Sverige en stund, og så hvor mye bedre den er der.

- Ja, hvilke politiske parti er knyttet til?

XXXX

- Bra, hvor lenge har du vært i XXXX?

Jeg har vært i XXXX nå i 3 år. Tror jeg.

- Ja kan du si litt om hvor ofte du bruker sosiale medier og hvor lenge du bruker det sånn cirka et omfang i løpet av en dag.

Jeg brukte sosiale medier flere ganger hver dag. Jeg bruker kanskje 3 timer til sammen.

- Kan du fortelle hvilke sosiale medier du?

Jeg bruker mest Snapchat, Instagram og youtube og tiktok.

- Er det noen av de du bruker, eller? Har brukt politisk. Og da er mitt oppfølgingsspørsmål til deg. Er det noen grunn til at du ikke har brukt en politisk?

Det er mye, for det er mindre mindre privat sosiale medier, og jeg føler meg ikke helt komfortabel med å dytte mine politiske meninger på venner.

- Har du lyst til å utdype litt?

Kritisk for meg så har jeg venner fra alle forskjellige sosiale klasser og forskjellige partier, og da føler jeg med mine venner som ikke er veldig politisk aktiv og ikke har vist veldig tydelig, ikke interesse for å være. Så har ikke jeg lyst til å presse det på de. Jeg måtte være politisk aktive. Jeg har fortalt om mine meninger, sånt via sosiale medier og snakke med venner, men jeg har ikke vært. Jeg har ikke lagt ut noe på Instagram eller på Snapchat eller noe sånt da.

- Du som er ungdomspolitiker har du tenkt over om sosiale medier gir noen nye muligheter for å nå ut med et politisk budskap?

Det gjør det definitivt. Du ser for eksempel med Simen velle IFRP som har fått masse forskjellige nye supportere via hans innlegg i sosiale medier. Og det er bare ett eksempel, men det han som. Gjør det aller best.

- Er det noen andre muligheter du ser som som man kan bruke sosiale medier?

Sosiale medier blir også en måte for vårt å styrke vårt perspektiv for å vise problemer som finnes i samfunnet som kan få ungdom mer sosiale. Og med faktisk mm.

- Så det handler om å få engasjert ungdom. Som et oppfølgingsspørsmål til det tror du at sosiale medier at man ved å bruke sosiale medier politisk kan engasjere ungdom i større grad?

Det kan man definitivt, men nå skal man, man skal også være veldig redd for det, fordi det at sosiale medier kan være anonym. Og det gjør at det kan være veldig vanskelig.

- Da er jeg veldig interessert i å høre om du ser noen utfordringer ved bruk av sosiale medier.

Det kan definitivt sterke perspektiver på større partier og gjøre det til alle største partiet. Partiene kan få enda mer støtte, rett og slett fordi det er masse som kan bli veldig overveldende for mange folk. Jeg selv kommer fra et lite parti i Venstre, og jeg ser for eksempel om FRP og veldig, veldig mye støtte i sosiale medier nå.

- Er det noen andre ting som du kanskje ser på som en utfordring ved sosiale medier?

Egentlig ikke.

- Vi kan vi kan prøve å å runde her. Det går helt fint. Ja, er det noe du har tenkt på som du som er viktig som du ønsker å legge til eller om du har lyst til å si noe om hvordan du opplever det å bli intervjuet?

Egentlig ikke nei, jeg synes det var hyggelig.

- Det er bra. Det er bra. Da, avslutter vi det der

Vedlegg 5 – Intervjuobjekt 4

- Ok da sitter vi her klare for et intervju. Jeg skal presentere prosjektet littegranne før du presenterer deg selv. Prosjektet er en del av masteroppgave som handler om sosiale medier og ungdomspolitikere og og muligheter og utfordringer rundt det blant ungdomspolitikere i Fredrikstad. Og det er i den forbindelsen du har her og og masteroppgaven er en del av uib sitt statsvitenskapelige fakulitet. Du har signert samtykkeskjema og fått litt informasjon om prosjektet, så da kan vi starte. Har du lyst til å introdusere? Ser deg sånn helt kort? Hva du heter, hvor gammel du er og politisk parti.

Ja, ja, jeg heter XXXXXXXX Hmmm jeg er XX År og hører til XX Fredrikstad.

- Har du noen verv?

Ja, jeg sitter i XXXX og XXX.

- Kan jeg bare spørre hvor mange år du har vært aktiv i politikken?

Det har vært av og på i. Helt siden og ekspert jeg har ikke helt galt på akkurat hvor. Lenge begynner å bli noen år jeg ville bli nå. Ja, det er det.

- Bra, over til sosiale medier. Hvor ofte bruker du sosiale medier?

Sosial egentlig mm. Jeg bruker det kun til å holde meg selv oppdatert og informert. Legger aldri ut noe selv.

- Hvilke sosiale medier bruker du på å holde deg oppdatert og informert?

Hovedsaklig Facebook og Twitter eller x nå så.

- Hva er det du liker med å bruke de to?

De føler at det er. Tilfeldig egentlig jeg bare. De lettere, plattformene, og. Samle informasjon, finne. Litt mer innholdet, for eksempel Instagram og så videre. Ja, så bare det at jeg er litt grønn på sosiale medier, spesielt hvis man skal si det sånn det blir.

- Bruk av sosiale medier og politiske kampanjer eller politisk fronting eller arrangementer som er politiske. Har du noe erfaring med det.

Jeg har jo alltid egentlig tatt litt avstand til sosiale medier, og så ved å bruke det i politikk generelt. Saklig for at jeg. Synes det jeg har et sånt inntrykk av at det er litt uproft, og at det blir ofte misbrukt til å skape konflikt og. Og egentlig. Nesten så. Virker som det. Har en intensjon det. Altså at folk prøver å bruke det til å egentlig unngå produktiv dialog da.

- Du er inne på noe av kjernen i det. Forskningsoppgave min tar for seg altså utfordringer ved bruk av sosiale medier. Har du lyst til å utdype de litt mer rundt dette? Her fordi at det her. Er jo dine tanker om hvorfor du ikke bruker det. Har du noen flere tanker rundt? hvorfor du velger å styre unna og forhold til politikk i sosiale.

Skal jeg si når er det det begynner å bli synes jeg å snakke om det. Egentlig, men. Jeg synes det har en sånn jeg sitter igjen med en sånn følelse av propaganda. Hva skal vi si det sånn da? Ja skal vi ta? Ja så akkurat det der, at det er. Det det virker som om det blir brukt mer for å sette folket opp mot hverandre enn å faktisk Begynne å stille Spørsmål til politikerne og egentlig begynne å Og kritisere de som står med makta. Det synes jeg er veldig viktig aspekt politikken.

- Har du noen eksempler på situasjoner som du har hørt om eller opplevd selv? Hvor hvor du mener at sosiale medier er? Blitt brukt. Feil da.

Synes alt det der egentlig jeg synes nesten alt bruker. Det er feil. Jeg kommer ikke på noen spesifikke. Eksempler akkurat nå kan si fra seg flott kom.

- På et ja gjør det. Vi har det til slutt her også. Ok. Du har snakket litt om utfordringer. Kanskje du kommer på noe mer rundt det som vi kan ta senere også? Har du Noen tanker om sosiale medier gir noen nye muligheter til å nå ut med et politisk budskap.

Og så skal man. Si det her snakker vi positive sider av. Det ikke sant så. Ja, jeg synes det altså de. Sosiale medier gjør det. Lettere for folk å holde seg oppdatert og og hvis man går inn på det med litt kritisk tenkning da, så kan man faktisk bli litt klokere på hvordan landet vårt styres i dag. Er det ikke det?

- Du sier at det da kommer litt an på de øynene som ser. Rett og slett på kritisk Tenkning at folk må ta stilling til det som er der ute, er det en grunn til at du mener at folk må være mer kritisk Til sosiale medier enn til tradisjonelle medier, altså det du leser i sosiale medier enn det du leser i tradisjonelle medier.

Ja altså. Det er lettere å spre såkalte fake news da i sosiale medier. Du kan ikke alltid være helt klok på hvem det er som har skrevet dette her og hva dem sa intensjoner og greier da. Det er endelig mer skumle sidene bak det rett og slett.

- Er det noe annet du har lyst å legge til rundt muligheter ved bruk av sosiale medier i politikk?

Jeg synes det kunne vært mindre av det egentlig greit. Det er vel egentlig det? Mener, jeg mener ikke, at man skal. Kutte det ut så totalt rett og slett. Mindre og litt mer om egne saker og litt mindre om andres saker, og det er egentlig. Prøve å Og kontroversialitet og prøveversjon i sosiale medier.

Selv lett for folk å gå I skal vi si Strupen på hverandre.

- OK, du har vært innom noen utfordringer, har vært innom noen muligheter e. Er det noe du har tenkt på under dette intervjuet som føler du ikke har fått sagt?

Ikke som jeg kommer på.

- supert da takker jeg for tankene dine 1000 hjertelig.

Vedlegg 6 – Intervjuobjekt 5

- Supert da sitter vi her klare for intervju. Og du XXXX har fått en liten presentasjon av prosjektet av meg, det stemmer og du har skrevet inn på samtykkeskjema, og at det du sier vil bli brukt i masteroppgaven på det Statsvitenskapelig fakultet i Bergen.

Helt greit det.

- Ja supert og da kan du egentlig bare kort introdusere deg selv? Ja. Hvem er du og hvor gammel er du? Og litt sånn politisk til tilhørighet og sånn.

Ja, jeg heter da XXXXXXX. Jeg er XX år gammel og går XXXX året på XXXXX. Jeg er også med da i styret i XXXXXXX

- Så og XXXXXXX for de som ikke vet hva det er, kan du fortelle.

Litt om det? Ja, det er jo et XXXXXXX parti her i Fredrikstad. Hmmm som ja. Åssen han sier så står for XXXXXXX på en måte da og utvikle noe i Fredrikstad skal være mer XXXX rettet, og også det der XXXXXXX i byen at ja. Jeg vet nesten ikke helt hva.

- Nei du har forklart godt og XXXXX er jo en veldig XXXXX parti, så det er vel bare i XXXXXXX man har XXXX fra XXXXXXX tror jeg.

Ja det. Vi hadde stemmer. Det ja.

- Spennende e litt over til sosiale medier kan. Du bare fortelle litt? Personlig, hvor ofte og hvor mye og hva bruker du av?

Sosiale medier ja, jeg er personlig bruker faktisk ikke så mye sosiale medier i forhold til resten av klokka. Gjennomsnittsfart av ungdommer. Nettopp fordi jeg har lagt merke til at det går jo utrolig mange timer fort på sosiale medier og hvordan plattformene er bygd opp til å sluke tiden da. Men også. Hovedsakelig så bruker jeg da Snapchat for eksempel for å holde kontakt med venner. Jeg bruker litt Instagram for å holde meg oppdatert både på andre, men også og oppdatere dem da. Hmmm og så bruker jeg Facebook og da messenger for å ta kontakt nesten med litt eldre befolkningen.

- For dem finner du på Facebook.

Ja, man gjør det. Men ja så ja, så holder jeg meg faktisk unna tiktok for ja merket.

Ja takk.

Sluker alt for mye tid.

- Hvis du skulle gitt en sånn prosentvis hvor mye du bruker det privat, hvor mye bruker du det politisk? Hva ville du sagt da?

-

Jeg tror nok jeg bruker det i hovedsak privat aller mest si en 90% sosialt også kanskje 10% politisk. Men altså, det er jo en fin måte å holde seg oppdatert på, så hva som foregår i politikken, så ja.

- Fordi det skal vi komme litt inn på, og dette som er liksom. Politisk budskap har du brukt sosiale medier til å fremme et politisk budskap? I form av politisk arrangement eller en med en sånn politisk mening, eller?

Nei, jeg har sett at mange gjør det, men jeg har selv ikke gjort. Så veldig flinke. Altså det spørs litt hvilken plattform man bruker på en måte for på Snapchat, så føler jeg at det er mer personlig, så at jeg kan snakke til hvert enkelt individ eller til en gruppe personer og fremme en mening på den måten. Men det er det jo ofte nær venner eller noe sånt så.

- Hvis du kjenner godt. Har du tenkt over som politiker om noen nye muligheter? Sosiale medier gir for å nå et politisk budskap.

Det er jo det at du kan nå ut til så utrolig mange at det har mye å si. For å fremme et politisk budskap mm. Ja, jeg vil si det hovedsak leder.

Jeg har satt fronter politikk da?

At det blir lettere enn å bare stå opp. På gata liksom. Og rope ut et eller annet, så er det en fin måte å nå. Ut til folk.

- Tror du at du kunne brukt det for noe til andre som du ikke ville true?

Ja absolutt. Du har jo også. Da forskjellige grupper på Facebook vet eller liksom at det er grupper med en gjeng med. Folk eller noe? Sånt, og da finner du mye, mye forskjellig, så er det jo også det der. Hvis du har en åpen bruker, så vil det jo da være hvem som helst som kan klikke seg inn på deg og se hva du mener og sånn.

- Har du noen eksempler på det at du vet om om ungdomspolitikere som har åpen bruker og fronter politikk på den måten?

Det er litt. Usikker på. Jeg vet at jeg har et par, men jeg vet ikke om de har åpne brukere eller ikke, fordi det er jo noe med at når du først følger de, så ser du alt uansett så. Men ja, det er et par som er veldig åpne optimalt, hvilket parti det er og hva de hva de stemmer for og sånt. Så jeg tror det av hvert fall 2 som jeg kommer på.

- I farta ja har du noen gang hatt XXXXXXXX som en sånn på Facebook profilen din, eller?

-

Jeg vurderte i perioden, hvor det var sånn valg, men jeg endte faktisk aldri opp med å gjøre.

- Da, hva var grunnen til at du ikke gjorde det.

Det er jo rett og slett noe med status. Og sånt da. At da viser du absolutt alle, både de du kjenner og de virker. Skjønner hva du står for og ikke, og det trenger jo egentlig ikke være noe gærent det, men jeg føler det. Fort kan bli. Litt fordomsfullt at folk tenker og du er politiker, og da er du skikkelig. Jeg vet ikke nesten noen ganger, så blir oppfattet hvert fall for ungdom da som at det kan være litt til bry, at du har sterke meninger og alt du snakker om er politikk, og det ønsket jeg ikke at folk skulle tro meg, så det blir. Litt det at. I ungdomsmiljøet om du ytrer ting om politikk, så er det nesten takk. Det er hele personligheten. Da er du politiker, det er deg.

- Ja så du synes det er ålreit å ikke blande det inn i de sosiale mediene dine fordi at du har lyst til å bare være deg og ikke politiker der.

Ja i hvert fall en mellomting, og det er derfor jeg liker å kunne snakke med nærmeste venner og sånt, så det er helt greit å snakke om politikk. Og det er fordi de kjenner meg jo, og de vet at

liksom det er ikke det er ikke hele meg, mens for de som ikke kjenner meg så blir jo det da med fordommer.

- Ja, er det noen andre på en måte muligheter du ser ved sosiale medier som du har tenkt over, som du har reflektert over at det kunne jeg brukt Instagram den til, eller dette her kan som kan jo brukes.

Altså forklart, det er jo rett ut. Det er med at du kan jo faktisk fortelle om dine meninger eller viktige saker. Så har man jo også begynt med pengeinnsamling. Og sånt også? Hmmm at ja du kan legge ut noe, så kan andre også hjelpe til med å samle inn penger på det. Litt sånn som tv aksjonen da at i stedet for å gå til hvert enkelt hus er det også mulig å bare legge det ut og gjerne se en fin kommentar for å få folk til faktisk donere penger.

- Bra, tror du de sosiale midlene brukes litt ulikt, at det er ulike muligheter på de forskjellige plattformene.

Litt, men så igjen så er. Det også bygd opp veldig like. Men det var jo litt det der at på Facebook, for eksempel, så føler jeg det er mer mulighet for å skrive lenger tekster og legge til et par arbeidet. Kanskje eller bare skrive tekst også mens på Instagram så er det litt med det her bare bilder og en kort tekst. Gjerne så. På tiktok, så vet vi jo at det er det filmer det går i på en måte. Så da må det i så fall lage den film. Ja og Snapchat jeg trekker. Man bruker det så mye til å snakke politikk der.

- Det er mer privat app?

Ja, det er jo en saklig.

- Ja, har du vet du at om du har noen av dine politiske venner har lagt ut bilde av deg på stand for XXXXXXXX?

-

Ja ja, det har det vel blitt. Ja.

- Så der ute på Instagram er du på XXXXXXXX stand.

Ja, det tror jeg. Men det er liksom greit nok at om folk går inn på spesifikt XXXXXXXX, og så ser de at jeg er popper opp. Det er litt sånn. Ja, det er en.

- Del av det, for da er de interessert i utgangspunktet.

Mhm noe med det?

- Hvis vi, hvis vi hopper litt videre fra muligheter, og så kan du fylle på mer etterhvert hvis du har flere ting du har lyst til å si om muligheter. Men hvis vi skal få utfordringene da, fordi at du har jo tydeligere noen tanker på hvorfor du ikke velger å fronte politikk som sterkt i sosiale medier, har du lyst til å fortelle litt om de utfordringene som sosiale medier gir?

I forhold til politikk eller ja?

- I forhold til politikk, og da gjerne. Altså, ja ja ja, i forhold til at du velger å ikke bruke det. Ja, politikk.

Som vanlig det med sosiale medier er jo det at det kan være fort gjort å komme med hat kommentarer eller et eller annet. Sånt og at folk er veldig åpne og føler seg fri til å si sånn nøyaktig hva det med hva de mener, enten om det er positivt eller ikke. En utfordring, da blir jo litt det der med. Med et visst press også vil jeg si. Ja litt litt press på bare det å legge ut også, men også press på hva du legger ut. Så er det jo. Det at alle ser det? Så da det finnes jo masse forskjellige folk, og alle er jo ulike. Har forskjellige meninger. Og det er jo ikke alle som er helt enig. Nei, så om noen generelt sett, så er det jo da at man kan komme med. Den kommer bort til folk som har veldig Merkelig tanker nesten eller rett ut frekke tanker og at de ytrer det helt åpent på nett.

- Vil du da føle, at de kommer for nærme siden de kommer på en måte kommentarene kommer direkte til deg i, Kanskje direkte og.

Rask ja absolutt. Ja ja.

- Har du opplevd i forbindelse med ja med for eksempel et XXXXXXXX bilde ute eller sånn? Eller har du eksempler på noen du kjenner som har opplevd det?

Jeg vet på en generell basis at det skjer.

- For dere ungdomspolitikere snakker vel ofte sammen?

Ja, Ja som sagt, det er veldig mye med det der med fordommer, men det er liksom det er både på nett og det er utenfor nettet og så.

- Er det lettere å takle diskusjoner, altså litt diskusjonsklimaet sånn som er når du stiller opp i politiske debatter og og sånn i forhold til å stille opp i på en måte politiske diskusjoner på nett da.

Om det er lettere ansikt til ansikt på en måte. Det har jo fordeler og ulemper begge deler fordelen med når det er ansikt til ansikt, så er det jo det at det blir mer personlig, og da slenger man ikke. Akkurat den dritten. Personlig ja personangrep til til den rett forholdet, mens når det er på nett så er det litt mer åpent. Men fordelen når det er på nett er jo også lett det der at da kan du. Sett deg litt ordentlig inn i det, om det er visse ting du ikke kan fra før av, så kan du bare søke det opp. Litt, og så kan du legge til en kommentar. Du må ikke ha en kommentar sammen med en gang. Så det vil jo være fordel vært.

- Gjør det diskusjonen bedre?

Det spørres ja, men spørres om at personen for da har du igjen det der med å være personlig og saklig, ikke minst. Om du gjør det bedre? Ja. Jeg vil si. Det spørres veldig den personen det er snakk om. Målet er jo ikke klart at man har det så saklig som mulig for å å prøve å komme fram til en konklusjon og og i stedet for å bare være uenig for å være uenig i forhold til.

- Hvis du hadde siden du hadde begynt å fronte politikk i sosiale medier. Ja, og du hadde fått av en åpen konto som du har fått mye hard tilbakemeldi. Ja sånn som du nevner litt her at du er litt redd for altså frekke folk kommer for nærme innpå kanskje hatkommentarer og sånn hva ville det gjort med deg i form av og fortsette med politikk eller sånn da du stoppa og legger ut i sosiale medier og beskyttet deg selv litt mer, eller?

Det spørres nok fra person til person. Men ja. Jeg vet nesten ikke. Det ville nok blitt enten sånn fullstendig at man går vekk fra det, eller at man går all inn egentlig. Jeg tror jeg. Vil nok fortsatt, for det er jeg er nesten en sånn tankegang at om noen går imot meg, så skal jeg være enda hardere på av dem og at og jeg ønsker ikke at folk skal endre. Hvem jeg er og hva jeg gjør, bare fordi de ikke liker det. Men jeg tror nok ikke det gjelder absolutt alle, fordi da må det jo. Både være trygg på deg selv og og virkelig bredde for det. Du holder på. Med sånn at det ikke bare legger det fra. Da, for det er jo noe med aksjen. Du skal jo tåle en god del da hvis du først gjør det.

- Ja, ikke sant? For det er noe med det at du skal tåle en god del som ungdomspolitiker generelt. Ja, det er jo en posisjon hvor du ja sitter i styret i XXXXXX, og antageligvis så får vi innspill på politikken dere driver med ja. Er dette noe dere snakker om i partiet? At hvordan man skal? Ha en sosial mediestrategi da?

Hmmm. Det blir jo alltid oppfordret til å legge ut og reklamere for partiet, og det er jo forsåvidt med endring der. Det er jo som sagt en fin måte å reklamere å komme ut til mange post. Men nå har jo forsåvidt da vært i parti ett år, men det har ikke vært snakk sånn objektivt om jeg er en sånn hatkommentarer. Det er alle som ikke vært noe særlig snakk om, enten fordi folk ikke opplever det eller fordi nettverket er et tema. Ellers så pleier det å være litt smått. Ja, i en gruppe chat vi har så driver vi og snakker om. Ja den personen la ut det det personen la ut det hva burde man skrive og bulk? Hva bør man ikke skrive? Og ja.

- Tror du det hadde vært lurt å prate mer om utfordringer rundt sosiale medier for unge politikere?

I på generell Basis ja i forhold til politikk da sånn at man er klar over litt de utfordringene du kommer. Med her da. Ja, det ville nok absolutt vært lurt å gjøre før. Litt bevisst på det også. Både til fordel for at de som ikke er politikere har litt hensyn til de som er, men også det der med at de som er politikere, ungdomspolitikere ikke føler seg så utafør i hvordan ja hvordan de blir oppfattet andre og sånt.

- Er det forståelse i partiet for at du ikke velger å ikke fronte politikk i sosiale medier?

Forøvrig jeg har ikke. Sagt litt sånn rett ut, for jeg har ikke hatt sånn skikkelig mening om det. Det har bare vært litt mer en følelse sånn. Jeg har ikke hatt veldig behov for det. Men det har ikke vært kommentert på. Det er det ikke. Ja, det er nok litt åpent her man gjør det man vil, men så er det mer kanskje godt for oppfordring til å drive og reklamere.

- Og men det er bra. Er det noen andre utfordringer du ser med med sosiale medier? Så vi knytter opp til å fronte politikk. Kvinnen på hatkommentarer har vært det med å slippe folk litt nærmere deg at det er lettere å komme med bemerkninger på nett som man kanskje ikke gjør. Face 2. Face da er det andre ting du har tenkt over rundt det som gjør at du kvier deg for å legge ut.

Nei, det er hovedsakelig sånn hvordan du blir oppfattet av andre. Så det er klart sånn bilder, og det er at man vil jo helst ikke se ut. Som en gris, eller? At man må se litt greie ut at. Dersom mange som ser det og så mange ulike folk, men utenfor det så ikke noe. Jeg kommer på sånn i farta.

- I fremtiden tror du du kommer til å bruke sosiale medier som en en måte å reklamere for deg selv som politiker. Hvis du skulle fortsette i politikken?

For jeg tror også at det blir en forandring når man blir mer voksen at det blir normalisert og være interessert i politikken, og at da blir det også sagt mer vanlig at folk. Kan ytre litt mer hva de mener? I forhold til hvordan det er nå som ungdom da at som som en ungdom, så er det. Veldig rart vil mange si og interessere seg overfor politikk og ikke heller dra ut og fest eller sånn eller et. Eller annet sånt? Ja så ekstra mye fokus på staten, liksom hvordan den bør drives og komme uten og sånt, men. Heller egen glede her akkurat her og nå.

- Men du har en tanke om, at det blir lettere når du blir litt eldre?

Ja.

- Slash når andre også blir litt eldre?

Ja de andre som er like gamle som er når de og begynner å interessere seg litt mer for politikken i stedet for bare seg selv.

- Ja riktig.

Tror du det er bare sånn helt siste spørsmål? Tror det er lettere å nå ut til ungdommer med politisk budskap i sosiale medier enn i. Enn å stå på stand eller politiske debatter på tv.

Eller tv 3 en artikkel funker så veldig mye. Det blir nok for tørt for ungdom. Så det er jo noe med absolutt finner jo mesteparten av ungdommene på sosiale medier. Altså, du må jo holde deg til riktig plattform da, så for å komme ut til andre ungdommer, så vil nok ikke Facebook vært tingen. Det er det heller heller å se på. Så Instagram og da har vi liksom både reklame som kommer opp, men også andres innlegg som kommer inn der sånn og reklamerer på den måten. Det ble jo mulig å reklamere på sikt dere og ved å lage en eller annen artig video hvor du driver og snakker om et eller annet om det er et problem her i Fredrikstad som man har lyst til å løse eller eller noe sånt så ja.

- Så du sier at for å nå ungdommen, så må du være der ungdommen her. Ungdommene er stort sett på sosiale medier.

Ja det er det. Ja, jeg vil jo tippe gjennomsnittlig ungdom. Hvor mange timer er ikke de på en skjerm? Det er en god del sånn kanskje 6 til 8 timer. Eller enda verre er også hørt ja, i løpet av en dag. Ja.

- I løpet av en dag.

Ja så men ja ja en stand det kan det kan gjøre litt susen hvis man klarer å lokke de ja litt. Ja litt vafler komme med et eller annet relevant tema. Det er fint og vi har jo på skolen, så har vi sånne stander som eller. Det er en dag bortimot litt av en dag, hvert fall som blir dedikert til politikk og de forskjellige partiene og sånt og da da får man jo vekket litt oppmerksomheten til ungdommer, for da er det obligatorisk at jeg skal hvert fall på Fredrik, så skal vi inn i en gymsal, så skal vi høre på politikere, drive og snakke om vanlig politikk og sånt hva de mener, hva de står for, og de må vel sånn sitte. Man blir jo litt interessert, og så er det jo så klart det der at de appellerer spesifikt da til ungdommen og temaer som er relevant for oss. Så hvis man gjør det samme på en Stein at man kommer veldig sånn lapper eller smågodt eller noe sånt, og så i tillegg prøver og snakke om ting som er relevant for akkurat denne ungdommen.

Det tror jeg nok det vil hjelpe.

- Det er veldig. Bra, du har vært igjennom både noen. Muligheter som du ser ved bruk av sosiale medier du også pekt på en del utfordringer. Er det noe du har tenkt på som du føler? Du ikke har fått sagt?

Nei, jeg tror det er ganske så. Greit ja ja.

- Hvordan opplevde du å bli intervjuet?

Ja gøy det ja. Bra, jeg er glad i å prate og reflektere og sånt, så.

- Veldig bra da stopper vi der.

Vedlegg 7 – Intervjuobjekt 6

Taler 1

Flott da sitter vi her og er klare for et intervju. Vi har gått gjennom en liten presentasjon av prosjektet, og du har skrevet under på samtykke og den informasjonen som har vært gitt og prosjektet er jo en del av universitetet i Bergens samfunnsstatus vitenskapelige fakultet masteroppgave der. Veldig hyggelig at du kunne komme. Presenterer deg gjerne. Alder politisk parti. Erfaring og verv er interessant.

Taler 2

Ja XXXXXXXX, XX år representerer XXXXXX i bystyret og XXXXXXXXXXXX i Fredrikstad kommune. Så har jeg tidligere sittet X år i bystyret og XXXXXX utvalget. Så har jeg vært fungerende leder og nestleder i Østfold i XXXX og vel leder og nestleder, og litt sånn forskjellige nedre glomma Unge XXXX. Så har jeg vært aktiv i kirkepolitikken og sittet i XXXXXXXX og vært formann i ungdomsrådet i XXXXXXXXXXXX. Det er vel det som er altså har vært elevrådsleder. Det har vel alle som står på sånn politisk liste en eller annen gang vært? Hele bystyret er jo fullt av elevrådsledere. Så det er vel det jeg har av politisk erfaring, eller så vi har en bachelor i forretningsjus og økonomi fra XX. Å jobber som daglig leder på i XXX XXXXXXXXXXXX, som lager XXXXXX her i Fredrikstad.

Taler 1

Flott det var en fin introduksjon. Vi hopper rett i sosiale medier. kort spørsmål, hvor ofte bruker du sosiale medier selv og hva bruker du og kan du si litt om på en måte fordelingen av bruk?

Taler 2

Ja da er det snakk om i politisk sammenheng.

Taler 1

Da først privat.

Taler 2

Først privat.

Taler 1

Ja knytt det gjerne opp mot politikk. Etter hvert

Taler 2

Ja nei, altså. Jeg bruker jo sosiale medier hver dag. Det gjør vel de aller fleste ifølge den der. Hmmm, hva heter du får jo sånn varsel om at hvor mye du bruker, og da er det vel oppi en time halvannen om Dagen tror jeg at det er inne på der, så det er jo alt for mye når man slår sammen. Det er på en. Uke så høres jo det forferdelig ut, men da er det jo stort sett Instagram og Facebook som jeg er på, og så bruker jeg jo Snapchat sånn for å holde kontakt med venner, selv om jeg føler vel kanskje. At man når vokser litt ifra det. Men det? Ja det. Det passer vel kanskje et litt yngre publikum, og så er jeg på tiktok. Der er det jo ganske mange artige videoer og sånn. Så ser jeg på disse her havner jo inn i den der fella og ser på sånn reels og sånn på Facebook og på Instagram. Også bruker jeg jo messenger mye til kommunikasjon. Mye andre, men det var jo der du kontaktet med det har vel kanskje blitt en mer og mer vanlig flate å drive og ringe folk på. Og utenom det så bruker jeg vet ikke om spond er et sosiale medier, men der er i hvert fall det det. Det må jeg i hvert fall forholde meg. Til i hverdagen. Ja, så jeg er vel innom ganske mange flater, men jeg bruker vel absolutt mest tid på Facebook og messenger. Ja også sjekker jo ikke først og fremst for å se hva andre skriver på Facebook, men kanskje sånn for å sjekke til Fredrikstad blad og sånn hva de skriver på Facebook da som tiden der. Kan jo være interessant, eller hvis det er det det skrenser jo borti at en eller annen politiker har et finurlig poeng som de velger å dele på Facebook. Men det er veldig få. Som er på min side av politikken

som bruker det som et sånt medium. Jeg tror det vil det ha litt med den bevisstgjøringen, kanskje på at, Ja da jeg fikk Facebook og var 12 år, så skrev man jo alt mulig rart på Facebook at man skrev og overnatter hos den og den, og her er det koselig og så gikk det vel kanskje over til at man gjorde sånne ting på Instagram at man la ut bilde av hvor man var til enhver tid og sånt. Og så har vi det forsvunnet over i Snapchat på en måte at man oppdaterer på story og sånn. Så på Facebook hvis du skriver noe der, så føler jeg vel rart å drive og føler som gjør rundt det. Men det er jo ikke så mye annet man kan, altså jeg kan ikke mene så mye. Men det jeg sitter jo med en følelse av at det man skriver der det burde du på en måte kunne rope på et torv. Det er sånn jeg kunne stått på stand og sagt. Det er jo. Det er ikke den private arena for meg. I hvert fall så er det vel litt det der at jeg har jo blandet sammen alle disse. Kontiene som brukes med sosiale medier. De bruker jeg jo først og fremst til politiske innlegg. Det er veldig sjeldent jeg har personlig innlegg, og i det her skjønner ikke helt hva jeg skulle skrevet om det som er interessant. Jeg ser jo jeg som er aktiv i. Litt sånn kristelige miljøer ser jo at det er en del gamle damer som har null filter for hva de skriver på Facebook. Og det er ikke noe de skriver veldig sjeldent og stygt da altså, men det er jo ting som ikke jeg kunne tenke meg å si til noen og da eller som er et dra og da er det jo kanskje litt rart også skrive det der, men det er sikkert vanlig hos dem. Eller så blir det jo i valgkampår, så er det jo mye liking og deling av bilder, men det er det begrenser jeg jo ganske mye i sånn vanlig liv, eller så er det visst jeg har en sak som jeg er veldig engasjert i, for eksempel med den gudeberg- råkollen. Da publiserte jeg en god del på Facebook veggen min, for da var det på en måte en sak som også ble knyttet som jeg har følt et lite eierskap til da. Og da er det naturlig å gå litt hardt ut på en måte også til ens venner. Men jeg ser jo hvem det er som det er jo de samme som liker innleggene mine hver gang stort sett, og det blir jo stadig færre etter hvert som de som er på min alder. Så har vel mer og mer enn oppfatning om at hvis du liker noe, altså det å trykke liker er også et statement. Så de kan jo godt se det og de kan lese det, men jeg tror ikke de har lyst til å gå inn og like den politiske. Jeg har jo ikke lyst til det selv engang, men jeg har jo. Veldig nære venner som jeg er uenig med politisk som også aldri for eksempel kommenterer eller liker innleggene til når jeg er enig eller uenig, fordi at jeg synes det blir litt sånn kunstig rar hvis det er hadde jeg villet diskutere dette med vedkommende, så hadde jeg ringt eller sendt en snap eller en messenger som det og liksom slått i bordet med. Hva ***** er det du mener med dette her? Det det kunne jeg aldri skrevet under som en kommentar. Det hadde vært kjempe rart. Hvis XXXXXX for eksempel som er en god kollega og en god venn hadde sagt at hadde begynt å på en måte dele hans innlegg og skrive sånn se hva XXXXXXXX mener er ikke dette fjollete hadde blitt rart for det kunne jeg aldri sagt til han. Det hadde jeg aldri gjort med ham privat og vært litt slem.

Taler 1

Så det er ikke sant, og der er det jo nå kommer du inn på noe som kanskje ligger i sosiale mediers utfordringer da? Bare sånn kort du er ganske tydelig på at du bruker det stort sett i politisk aktivitet. Vil du kunne si noe? Sånn prosentvis altså er det?

Taler 2

Jeg. Jeg bruker det jo til noe. Hvis det er altså veldig hyggelige ting, og så hadde jeg jo en kjæreste for som drev med litt sånn teaterproduksjon og sånn så da delte jeg sånne ting. Og hvis hvis jeg kommer opp noe sånt igjen eller er også litt i foreningslivet i gang med foreningen gamle Fredrikstad Norden og sånn og det deler jeg jo, og det er jo mer privat på en måte. Men det er en del av hele suppa det og på en måte med foreningsliv og politikk henger jo litt i hverandre, så jeg vil vel si at av det jeg deler på Facebook så si en 90% er politikk da, men på Instagram er jo mer personlig. Der legger jeg jo har i hvert fall for hvert flinkere til å legge ut bilder fra mitt privatliv da, men jeg tror kanskje de siste 4 innleggene mine handler om Høyre. Men vi er jo veldig sjelden. Jeg bruker Snapchat privat da eller nei? Jeg mener politisk, men gjorde det sånn rett før valget mer som et sånt postkort, men det er litt invaderende da jeg liksom gå på døra til folk og banke på sier altså, og det gjør vi jo og og det er helt forferdelig. Men da til ens venner, så kan du jo på en måte. Da kan du ha en liten snert eller en liten som gjør det festlig.

Taler 1

Mm for å få de ut av sofaen rett ved. Valget ja

Taler 2

Ja, det er noe sånt da, men ikke, men ikke noe mer invaderende enn det. Nei.

Taler 1

Nei du prater jo godt her, altså XXXXX. Dette med politisk budskap og sosiale medier. Det er du det er du inne på at du har brukt sosiale medier til å fremme et politisk budskap og at du bruker det til det og hvilke medier du bruker mest til det og hvilke ikke og sånn, og så kommer vi inn i dette mulighetsriket da, så som du har lyst til å fortelle litt om det, hvilke muligheter du ser ved å bruke sosial medier til og komme med disse politiske støyten da og sånn da, fordi at det er jo tydelig at du tenker at Facebook er en arena hvor vi er noen muligheter da.

Taler 2

Ja, det er jo veldig mange på min alder som sier at de ikke er på Facebook. Det tror jeg er løgn, for jeg tror de skroller seg gjennom å ser på hva folk legger ut, men jeg tror ikke at de er aktive på Facebook. Det er helt riktig. Jeg tror ikke de legger ut noe. Jeg tror ikke de liker noe de kommenterer. Ikke noe, men jeg er ganske sikker på at de får det med seg fordi. I hvert fall nå som man har begynt å dele så mye liksom crossover med Instagram og Facebook etter at det ble mer eller mindre et, så så tror jeg nok at folk får med seg mer enn det de tør innrømme. Og så vil jeg tro at mitt publikum i hvert fall er jo stort sett det voksne. Jeg var jo helt sikker på at mine velgere skulle dø fra forrige periode til denne, så det var jo overrasket over at alle på gamlehjem ble holdt i live, så det var avgjørelsen ble gjenvalgt, men. Jeg. Jeg tror i hvert fall jeg har et voksent publikum, og det er nok ganske voksende. Personer som stemmer på meg, men også del unge, regner jeg med. Det vet jeg ingenting om før man vet jo ikke, men jeg har hvertfall fått tilbakemelding på at de som har gått på skole med og møtt opp gjennom har gitt, gitt meg og Høyre en stemme da. Men jeg tror ikke jeg når så veldig frem med de. Lengre hvis jeg skriver leser innlegg og sånne ting for eksempel og deler det på Facebook fra avisen. Det er ingen som leser. Jeg har ikke noe tro på. De leser kanskje overskriften altså så det har jeg ikke noe tro på. Det her er jo, så jeg har jo sluttet å lage lange leserinnlegg. Jeg var notorisk på det, før jeg skriver jo fortsatt ganske både arkaisk og litt sånn kansellistil prøver å legge. Nei, men men bare kjenne sitt publikum og men det jeg tror vel at ja altså poenget var at jeg har jo da kortet ned leserinnleggene mine veldig. Det holder jo med et par linjer egentlig, og du kan sende inn som leserinnlegg bladet blåser den jo full, de får jo publisert noe helt gratis ut at de har brukt en kalori sånn at det var fornøyd og leserne blåser vi i om du bruker om du bruker en a4 side eller en halv eller en kvart på å. Også leserne bryr seg ikke, mens du og det tror jeg kanskje vært en bevisst strategi vi har brukt i XXXX nå røper jeg jo alle våre forretningshemmeligheter her da. Men jeg tror ikke jeg. Jeg tror jeg har sagt det før til disse. Særlig disse mest er jo mer idealistisk på en måte du er ute på XXXXsiden. Jo lengre blir disse leserinnleggene. Og det. Ja nesten så altså jeg som er engasjert i politikk som er opptatt va de snakker om er opptatt av hva de holder på med. Jeg gidder jo ikke å lese de innleggene altså, for det er så langt. Og det er så ideologisk spekket med det som hjertet er fullt av renner munnen over av på en måte. Du må jo det er jo litt. Om man skal du ha frem et budskap i dag, så må du jo kortere ned voldsomt. Og det er jo lett når du er i opposisjon da, så der har vi en fordel. Ja, det vet ikke om du så i dag, så lå jo XXXX XXXXXX ut en altså verdens lengste harang ut mot XXXX og XXX og Arena Fredrikstad på Facebook. Eller om du har sett den i dag bør du nesten gå inn og se for deg. Det

er så langt det er det liksom når du trykker på les mer så får du liksom en halv kilometer med tekst kjempegøy, velformulert veldig ganske. Konsist og fine poeng altså til XXXXXX å være, så var det jo helt strålende. Så er det selvfølgelig feil. Da, det kan jo ikke de noe før, og. Men vi bruker jo så altså det. Det er så langt at det er ingen som kommer til å lese det. Ja, det er helt bortkastet. Og bruker penger da på gjennom. Jeg har jo også styrt den sosiale medier kontoen til Høyre sammen med en annen og de siste 2 valgene. Og da ser vi jo på en måte hva det er folk leser. Det er korte konsise, ting som går. Det er bilder som snappet. Det er det som selger alt som er liksom lengre tekster er helt ubrukelig, vi har måttet sende tilbake masse flotte leserinnlegg som er kjempelange folk gidder ikke å lese det, så du må jo få det ned på på en måte. Det beste er jo hvis du. Har en flott plakat med en setninger på under syv ord, og gjerne. Hvis folk kan dele det med sin egen kommentar, fordi folk er jo ikke interessert i hva Fredrikstad XXXX mener, men de som er venner med meg eller mine tanter og onkler og alle de som er kanskje følger meg litt i politikken. De er jo interessert i å se om jeg har en kommentar til dette. Bare å dele uten tekst er jo også helt nyttesløst. Det mener jeg i hvert fall. Det er sånn parti kanin opplegg det. Det ser bare rart ut, men det er kan du bare skrive flott eller dritt? Eller altså det er jo det beste. Men det blir jo vanskeligere når man er i posisjon da. Og den må jo være XXXXXXXX i hvert fall her ganske snart legge fra seg skal de på en måte komme opp igjen, så må de få de snappy korte poengene ikke virke sure hva på en måte være blid oppe og litt sånn. Nå skal vi fikse dette her. Nå skal vi ja litt sånn ikke være lei seg for at man ikke styrer lenger, og så kommer det opp med et smil og med litt snert si vi fikk jo. Vi lagde jo særlig på sosiale medier, et par sånne morsomme ting som de ble virkelig. Det var noen som ble litt sånn lei seg for da, for det var. Da de for. Da blir jo. Dette er litt sånn internt da, men da hadde vi jo en sånn måling hvor XXXXXX hadde jo gått ned nesten 10 prosentpoeng eller noe sånt. Men de var jo fortsatt størst da, fordi det var jo har jo vant til å ha litt sånn 40% så de var fortsatt størst, men da skrev de liksom da har de gått ned de det. Det er blodrøde tall og de lekker stemmer i alle retninger og så publiserer de da den meningsmålingen med liksom overskriften vi er fortsatt størst, og da klarte ikke jeg å dy meg da laget vi en sånn litt sånn mim da.

Med den der fra monty python han der ridderen har du har du sett et ja altså og da med den just flush wow han er så mister armer og bein og sånn sett er det bare en stump igjen og det skriker at det er bare et kjøttsår.

Da ble det jeg synes er litt sånn. Det var et slag under beltestedet liksom. Det ble litt sånn de tar seg selv litt av høytidlig, og det er vel det første man må legge fra seg. Skal du være litt vellykket i sosiale medier Ikke noe sånt selvhøytidelighet, det går ikke, du kan jo godt. Litt sånn være seriøs og fremstår litt sånn aktiv og på, men den dummeste altså hvis du virker sur og det det

klarer folk å lese folk er i altså sånn de ironi kjempevanskelig å ta, men sånn sånn surhet og det klarer tastaturet faktisk å gjengi ganske godt.

Ja klarer å ofte, liksom hvis du da prøver å være morsom, men er sur det tror jeg ikke er så lett. Jeg tror det skal du være morsom, så må du være blid på Facebook. Det er ikke noe. Det er ikke noe vits å være sarkastisk over sosiale medier det for det ser så stygt ut. Det er ingen som vil stemme på sånne nei.

Humor er et viktig virkemiddel, og du kan jo godt liksom et viktig statement og sånn. Det funker jo, men ikke ironi og sarkasme er veldig vanskelig å få til på.

Taler 1

Ja, det er bra. Er det noen andre muligheter du ser at? Altså sosiale medier gir deg som politiker?

Taler 2

Ja, jeg får jo lov til å være min egen redaktør, da man får jo lov til å gå inn og på en måte publisere sitt eget innhold, særlig med bilder og sånn det. Det blir viktigere og viktigere, og i hvert fall hvis du har jo som er lærer har jo helt sikkert fått med deg hvordan det ligger an med leseferdighetene her i landet, så. Store bilder blir sikkert ikke noe mindre viktig fremover. Gode bilder altså forteller mye med gode bilder. Tror nok det blir viktigere og viktigere, jeg ser jo på bare det vi laget for. Ja for altså forrige valg som for 4, 4 -5 år siden da så ser jeg det. Det kunne vi aldri brukt i dag. Det hadde ikke gått altså. Det ser helt amatørmessig den gangen. Så greit ut det var det. Ingen som reagerte på det var. Så så det blir viktigere og viktigere å ha en profesjonell layout. Du kommer ikke unna med canva og litt godt humør lenger, altså det. Og det det du får, da ser det ut som en sånn. Ja, en sånn lærer som drar frem papirutskrift og skal innom referer til klassefest liksom det er.

Taler 1

Ja på det nivået der. Ja det det er bra flott, masse fine betraktninger rundt muligheter. Kom gjerne tilbake til det senere hvis du hvis du kommer på mer. Det er et utfordringsbilde, kanskje også ved bruk av sosiale medier. Hvis du har noe, så del gjerne noen tanker rundt det. Hvilke utfordringer gir sosiale medier om du har noen egne erfaringer, eller om det er noe forskjell på de sosiale mediene eller sånn?

Taler 2

Ja, altså, nå er jeg veldig heldig som er liksom både XXX XXX og XXXXXX og alt det, jeg tikker jo på alle de boksene på en måte som gjør at det er mindre utsatt for hets og vold og trusler og sånn enn andre. Og i tillegg på XXXXsiden da på eller moderate XXXside på en måte, så det skal jo litt til å være sånn ordentlig forbanna på meg så eller sånn eller å ha sånn å velge sterke meninger om hvordan jeg lever livet mitt da. Og så er det selvfølgelig mange som sikkert har det, men. Jeg er jo ikke så utsatt som for eksempel damer er eller de med en annen kulturell bakgrunn. Eller ja. At de har en annen legning enn heterofil eller et eller annet det jeg sa jeg har. Jeg har vel. Det var mye mer av før faktisk i første periode på av en eller annen merkelig grunn, så er visst veldig mye mer vokse nå som jeg har blitt XXXXX enn i første perioden min. Da var jeg jo bare XX, og da var det mye mer sånn kommentarer i kommentarfeltet. Hva liksom at da må bli tørr bak ørene først og sånn? Men men det var veldig lite av det da, og det har vel litt med at det liksom står der med slippet mitt og. Jakke og har tatt på meg. Det hadde vært igjen i olabukse og hette genser, så hadde det kanskje kommet mer sånne kommentarer, det vet jeg. Men jeg vil i hvert fall. Si at, jeg har aldri fått noe hets eller trusler om vold eller trusler eller sånt i det hele tatt, tror jeg er de kanskje ikke vært flinke nok til å lese alle kommentarfeltene, men altså, det har vært veldig. Jeg har vært forskånet for alt sånt bare fått skryt for det. Jeg har lagt ut. Sånn at der er det i hvert fall ikke vært noen utfordring for meg at jeg har følt mitt meningsrom innsnevret på en måte andre. Avisen pleier å publisere det jeg sender inn så sånn sett ikke noe utfordringer. Det eneste jeg ser er jo. Det at man må jo. I det da veldig polariserte, hvor man vil ha bilder og vil ha en snap i kort kommentarene, så mister vi jo alt det som er viktig med disse store sentrumpartiene, altså for høyres politikk er ikke forklart med et bilde med på et ord med syv seter eller en setning med. Og veldig få av de avgjørelsene vi tar er basert på så lite. Så er det selvfølgelig viktig å ha en god ryggmargsrefleks i politikken. Vi skal ikke glemme den det når noe, altså hvis noe høres for godt ut til å være sant, så er det ofte det, og hvis noe lukter råttent, så. Kan det nok fort hende at det er det? Det her er jo ganske omstendelige prosesser. Politikk er jo ofte et sånt rom man skal prøve å finne de beste løsningene innenfor en ramme, og alt henger sammen med alt som noen har sagt før oss og. Da er det veldig vanskelig å svare ut på en måte disse polariserte, og der har jo småpartiene en klar fordel, for de trenger ikke hele bildet. De trenger ikke si ja til det ene, og derfor må da må du si nei til noe annet, men sånn er det jo i virkeligheten da. At når når, Noen vil ha hvis du vil ha ishockeyhall, ja, da må du si nei til noe annet hvis du vil ha nytt sykehjem, så må du si nei til noe annet. Hvis du og sånn vil du ha den ha gratis sfo, da må vi ha mer eiendomsskatt. Da må vi altså og det er. Det, det kan jo bli redusert på Facebook, altså at er du ond, for da er det jo på en måte hvis vi som jo man gjør jo det ser kanskje en av de største

feilgrepene som den forrige regjeringen Erna Solberg gjorde var jo det å fjerne brillestøtten til barn for eksempel. Bitte liten Post på statsbudsjettet. Du er helt riktig og så endre på den før den ble jo misbrukt fordi det var liksom barn som fikk sånt, designerbriller og sånn kart blanch, og det går jo ikke an, men du skulle ikke ha fjernet, men de skulle gjort eller hatt selvfølgelig, og da ble det. På en måte er det denne onde regjeringen som tar liksom briller fra barn. Og sånn holder vi jo på i bystyret, og liksom nå når vi er imot arena. Fredrikstad, jo den, men da da vil jo vi legge ned stjernen da. Det er jo derfor det er det. Hvorfor er du så slem og det samme og XXXXXX genialt eksempel på det samme, Hun hadde jo da. Et innlegg i avisen nå forleden, hvor fordi vi har jo redusert i tilbudet med svømmeopplæring, og da fikk vi jo da liksom XXXXsiden mener at 14 åringen er mer verdt, eller at femtenåringen er mer verdt enn fjortenåringene reduserer til at det er vi som er, vi har onde forferdelige meninger, vi vi sitter her og deler inn mennesker i liksom verdier og størrelser, og finner ut at den er mer verdt enn de andre. Du får lov til å svømme opplæring, og du får ikke lov til å ha svømme opplæring.

Taler 1

Tror du sosiale medier som gir da muligheten til å publisere disse ting? Gjør at man mister litt helhetsbilde. Er det du Prøver å si her.

Taler 2

Ja, ja, jeg tror det at vi mister jo, for jeg har jo inntrykk av at sosiale medier handler alt om å fange øyeblikk mens politikk handler om. Ja i beste fall 4 år av gangen da. Hmmm sånn at man får ikke den det overblikket man bør ha, og det skapes et feilaktig inntrykk og så er det veldig lett da gjennom sosiale medier og spille på følelser fordi at man er ikke, man er trygt hjemme hos seg selv. Man er ikke ute i det offentlige rom, så ville det nok vært vanskeligere for folk å reagere på samme måte. Altså hvis en står på torvet og holder den folketale og den sier noe, du er fryktelig enig i, så hadde. Du liksom kanskje? Du hadde ikke skreket opp idiot. Du er ikke tørre bak å gjøre her ennå. Du hadde jo stått som det der er kanskje uenig i, men jeg får stå og høre på litt til eller dette er så enig og det er rett og slett her. Dette gidder jeg ikke på, jeg bare går. mens på sosiale. Medier så er det litt sånn i fram med store bokstaver, og. Så jeg tror vel det. Det er jo polariserende med når man skal kjempe om øyeblikket. Det er. Det tror du ja det, det tror jeg nok ikke er så positivt. For det politiske klimaet i hvert fall.

Taler 1

Bra du peker på mange utfordringer er det noe du har tenkt på under intervjuet som du føler du ikke har fått sagt?

Taler 2

Skulle det vært da? Har jo vel sagt det meste om hvordan jeg opererer på sosiale medier og hva jeg gjør og. Nei, jeg tenker vel. Ja ja, kan du si litt om på en måte hvordan det er ungdom kontra de litt eldre, for der har jeg også sett et lite sånn skifte fra før. Før, så var de som var i hvert fall komme inn forrige periode, så var mye mer aktive med å kommentere og sånn da kanskje hadde mer mot hverandre også diskusjoner og sånn i kommentarfeltene. Det opplever jeg vel at det er blitt litt borte, og også at det er de før kanskje var inne og kommenterte på mine poster eller, og jeg kunne kommentere på deres poster og være litt sånn småstygge og kjekle det liksom inne i kommentarfeltene. Det overlater vi nå til de gamle å holde på med. Det er veldig lite vi er der. Vi kan nok heie på vårt eget parti at vi er inne å kommentere positivt. Det gjør i. Hvert fall det. Her ness, altså jeg tror jeg er aldri innom omtrent nå da skal det gå. Det er klart. Nå sitter jeg i XXXXXX forrige gang, satt jeg XXXX hvis de er inne, og forrige gang svarte jeg nok. For eksempel XXXXXX svarte jeg et par ganger, så han gikk med direkte angrep på XXXX skolepolitikk på en måte for åpen scene og nesten spurte med navn om noen kunne svare på det han spurte om. Da synes jeg det var naturlig å svare ut og, men hvis noen har en generell bemerkning til XXXX politikk, så føler ikke jeg meg kallet i hvert fall til å svare på den. Så kan det hende at de er flinkere på det i XXXXXXXXXX, jeg er ikke for god nok til å følge med på hva man kommenterer der, men jeg tror vel vi har en veldig god tone oss imellom. Alle ungdomspolitikere er min klare oppfatning. Og det blir unaturlig for oss. I hvert fall blir det for meg å gå inn og på en måte krangle. For det kan. Vi like gjerne gjøre på et nachspiel eller over en Kaffe eller ha det hyggelig det Det skal være ganske grå det du ha. Simon Laabak kan også liksom trampet litt sånn i klaveret noen ganger etter min oppfatning har vært veldig upresis. Når han har, så han styrte jo også deres Facebook og Instagram side i valgkampen. Og da var han sånn så voldsomt på en måte over streken synes jeg et par ganger, og da tok jeg kontakt med privat og så så dette her holder jo ikke mål sånn kan dere ikke legge ut det. Dette blir bare teit. Og da var det faktisk liksom. Og tenderte til å være enig i at dette var ikke det beste han hadde gjort, og synes kanskje ikke det var ja, nei, enig i at sånn burde ikke den være og pleide vel å replisere meg. Men det er det er, det er omtrent på høyde med det verste dere gjør, så det er ikke så så ille kan det ikke være. Og det var vi ble vel litt sånn, og da var jeg selvfølgelig uenig med det, for vi gjør jo aldri noe galt så, og sånn er det jo.

Det er så, men jeg har inntrykk av at det finnes ikke noe reell diskusjon blant unge på Facebook om politikk. Det tror jeg ikke det er rom for, for det er ja, foreløpig de voksne som regjerer på den arenaen og herser med hverandre og skriver med store bokstaver og vi sitter og ler av dem bak ryggen deres. Det burde det jo visst hvor jeg det er ganske mye kostelig de klarer å lire av seg over tastaturet og. Så ja, nei det. Er vel kanskje eneste ikke har fått snakket om.

Taler 1

Ja bra. Hmmm ja helt avslutningsvis. Hvordan opplevde du å bli intervjuet?

Taler 2

Nei, det var jo jeg liksom prata hele tiden, så det gikk jo fint. Vant til Ja altså det. Nei det Var bare hyggelig det.

Taler 1

Bra, skal vi stoppe der?

Vedlegg 8 – Intervjuobjekt 7

Taler 1

Bra da sitter vi her og er klare for intervju, og vi har gått gjennom litt presentasjon av prosjektet og samtykkeskjema som du har krysset av på. Og så er dette prosjektet handler jo da om sosiale medier og hvilke muligheter og utfordringer det kan gi da i politisk. Så hvis du kort kan for å presentere deg selv alder og hvilket parti du representerer og navn.

Taler 2

Jeg heter XXXXXXXX Jeg er XX år, blir XX i høst. Jeg er med i XXXXXXX er sann lidenskapelig når jeg har egentlig mest tid.

Taler 1

Ja, har du hatt noen Verv eller noen i XXXXXXX.

Taler 2

Jeg har ikke hatt noe verv. Nei, ikke noe enda jeg har planer om å bli mer aktiv når jeg har hatt mer tid, men jeg har aldri fått tid til å se mer Plass til det

Taler 1

Og du sto på kommunevalglista i Fredrikstad i XXXXXX ja. Sånn kort om sosiale medier, bruker du sosiale medier og har du noen både bruker og hvor mye du bruker hver dag?

Taler 2

Jeg bruker sosiale medier, og jeg bruker vel sånn ikke hver dag mest for å bare sjekke. Hvis nytes. Men, men jeg bruker så mye det som Kanskje sånn helt normalt? Skal jeg si. Men jeg legger sjeldent ut ting på sosiale medier. Hvis jeg legger ut ting sosiale medier, så er det mer hvis det er noe jeg legger ut om Amnesty. Hmm, ja kanskje bildene mellom, men jeg bruker ikke sånn veldig mye sosiale medier. Jeg bruker sosiale medier, kanskje mindre enn gjennomsnittet av ungdommen i dag skal jeg si.

Taler 1

Ja, hvilke plattformer er det du bruker?

Taler 2

Jeg bruker mest Instagram og Snapchat, og til tider også bruker jeg Facebook.

Taler 1

Bruker du noen gang sosiale medier til å legge ut noe politisk?

Taler 2

Som privatperson, så gjør jeg det innimellom, men jeg skriver som regel ikke noen innlegg, eller. Som privatperson, da er det mer at jeg kanskje legger ut noen bilder jeg er enig i som er aktuell nå, enten om det er forskjellige andre politiske partier eller noe. Eventuelt får vi lyst til selv om de har lagt ut. Men jeg har skrevet innimellom, for det er ganske ofte at jeg skrev Innlegg før, men ikke som privatperson. Det var en mer enn en annen som amnesty, så men ikke noe privat sånn tekst.

Taler 1

Hmmm ja hvis vi tenker oss noen muligheter rundt sosiale medier, har du gjort da noen tanker på hvilke muligheter sosiale medier kan gi ja i politisk bruk da?

Taler 2

Jeg tenker at altså sosiale medier har jo virkelig man får Jo man får å få det ut til flere folk med sosiale medier som man har en mening eller man ønsker å ønsker å si sin mening om noe da. LS noe man tenker er viktig å se at flere folk skal høre, så jeg mener at det er veldig fint at man har gått bredt ut. Og når flere folk. Og det er kanskje negativ, men det er kanskje at man kanskje ikke når ut til alle man ønsker, altså på grunn av på grunn av algoritmen sånn. Så ender opp at man. når inn når bare noen folk. Men jeg tenker at det når ut til folk. Det er veldig positivt sånn generelt

Taler 2

Og sosiale medier kan også kanskje komme mer i altså var det også mer folk engasjerte, eller man kanskje møtes og møte flere engasjerte folk på sosiale medier. Men det må man gjøre hvis man er ute på gata da eller ja, man møter folk overalt, for eksempel Norge. Kanskje har samme meningen.

Taler 1

Tror du det er noen forskjellige muligheter på de forskjellige plattformene?

Taler 2

Det er det. Det er litt hvem man vil nå ut til og så om man vil nå ut til eldre folk, kanskje den eldre generasjoner, så er det Facebook, kanskje der man virkelig slår til mens Snapchat igjen, det er jo hvis du først skal legge ut chat så er Jo det ganske unge Folk og fleste tenåringer tidlig 20 åra. Instagram derimot er litt sånn det er når til det kan nå litt i flere føler iallefall jeg. Hvis jeg får lagt ut noe, så er det alltid Instagram jeg legger ut. Spesielt hvis ikke skal være hvis det ikke skal være veldig mye tekst, så er det der det når ut til de fleste aldersgrupper egentlig.

Taler 2

Så det er klart det spørres på hva slags hva man skal legge ut. Så skal man lage et arrangement da det er jo klart Facebook det som er litt bedre å bruke. Hva er det folk kan få informasjon dere kan melde på arrangement under en del Instagram er til da.

Taler 1

Ved at man bruker sosiale medier til arrangementer tror du man kan få høyere deltakelse, eller at du treffer lettere for å få med folk.

Taler 2

Men snart legger man ut, og man også kanskje legger penger i det man møter da som arrangement, så vil jo det kunne gjøre at flere spillere på samme Facebook ser hva som skjer i nærheten, eller den er som arrangementer som skjer. Neste dagene er neste ukene eller om eller at det er at folk at mange kanskje setter opp at de ønsker liksom nyheter fra spesifikt de og de temaene som vi som vi vet hvem temaet kan på en måte sette der så mange under, så vil jo. Det at jeg går tidlig. Kanskje mange at jeg har satt på nøkkelord, og det har gjort at som jeg tenker at dette her vil unge eller kanskje de er i målgruppen jeg bruker da de vil liksom, og da har jeg faktisk fått nådd ut til litt flere enn det jeg pleier å gjøre. Men jeg merker jo også at problemet eksempel på Facebook er jo at der kan en trykke man om man ikke kan eller man kanskje kan eller man kan komme. Det er vel mange som trykker på Kanskje kan også ender det med at de glemmer enda de kan skal eller de glemmer at det ikke skal, så det står at det står liksom at kanskje 10 kommer og så kommer 20, kanskje kommer 5 ikke og så kommer. Kommer brått 30 personen i grunn å sette opp at dem kan komme i kveld, så det er litt sånn. Det kan være vanskelig å vurdere hvis man må vite antall kommer, så kan det være vanskelig å vurdere om liksom hvor mange som kommer i da. Så det er negative, kanskje med å sette et par så mange som der folk ikke alltid helt følger med eller glemmer det og.

Taler 1

Da er det Facebook du vil bruke?

Taler 2

Ja da er det Facebook jeg bruker

Taler 1

Så det er bra. Du har snakket en del om muligheter her er det noen flere muligheter som du tenker på. Du har vært innom at det kommer ut til flere folk og sprer et budskap til mange som du kanskje ikke ville nådd ut til. Og det er lettere å engasjere folk og. Snakket litt om hvor man møtes, og at det er fint å bruke det til å opprette arrangementer.

Taler 2

Ikke som jeg kommer på akkurat nå. Med en gang, men det er fordi alltid noen andre ting også som gjør at det blir bedre å brukes som jeg vet. Er sikkert har brukt. For tidligere. Det er det.

Taler 1

Hvis vi beveger oss litt over på utfordringer.

Har du noen tanker om noen nye politiske utfordringer? Utfordringer som sosiale medier gir?

Taler 2

Det kan jo gi altså at. Noen sosiale utfordring kan være at hvis man bruker sosiale medier mye sånn som Tiktok da som nå bruker ikke jeg Tiktok, Men jeg vet at veldig mange av vennene mine som bruker tiktok og de har litt, de går ofte gjennom stemt at når en bruker mange eller når den måten å begynne å se på spesifikt til politiske ting, da eller meninger politikk som ender opp med at de får bare det samme hele tiden, så sosiale medier gjør at, man får etter hvert, hvis den ikke er som ikke tenker over det da, eller observere det selv at man brått får masse meninger fra bare en side, altså på den ikke nyheter, og man får ikke noe annet fra andre meninger eller, og det kan jo være noe stress. At man blir helt opphengt i det, eller at man blir helt, man får bare info fra en side. Men også at sosiale medier, så er det jo mange som, opplever kanskje unge eller alle som kanskje jeg bruker eller si mye av meningene på sosiale medier, at man får at de kan oppleve veldig mye stygge kommentarer, eller at folk kommenterer i kommentarfeltet. Diskriminering eller ja, netthets, og det er også veldig negativt når brått kommentarfeltet handler om det da.

Taler 1

Tror du det er et utbredt problem for ungdomspolitikere ved at man legger ut politisk budskap og meninger også opplever man å få negative tilbakemeldinger eller netthets, eller.

Taler 2

Jeg vil tro at det er. Jeg er ganske sikker på at det er et ganske stort problem, og det er det jo også. Jeg har hørt mange som jeg var, som jeg var bedre kjent med før som var ungdomspolitikere når vi var yngre. Som liksom veldig usikker på er ganske legge ut innlegg eller som privatperson eller mer sånn mer offentlig. Vi var redd for det kanskje kunne komme noen sånn få med noen nettets eller ja. Jeg tror også det er litt forskjellig også fra gutter til Jenter men hva de På en måte om hva de kanskje møter på, eller hva du kanskje frykter for. Eventuelt legger koster noe da. Eller måte at kanskje man kanskje gutter håndterer ting bedre enn jenter, er mer sikker på seg Selv, men også med at det. Er også veldig forskjell på. Ja, man kommer fra i verden, eller om hva man heter.

Taler 1

Ja tror du, det er noen som vil oppleve mer hets enn andre. Nettopp på grunn av de tingene?

Taler 2

ja

Taler 1

Tror du at det du sier her nå at du har hørt om mange ungdomspolitikere som er usikre på om de vil legge ut på grunn av hets? Tror du det gjør noe med engasjementet til ungdomspolitikere og om de har lyst til å fortsette som politiker også?

Taler 2

Ja, Det tror jeg. det at man møter motstand og at det bruker mer tid på, ja at det tar mye tid, og med bekymringer istedenfor.

Taler 1

Også her i utfordringsbildet. Tror du det er forskjell på de forskjellige plattformene?

Taler 2

Ja, jeg tror man møter, kan møte litt forskjellige eller ganske like ting på alle plattformene. Jeg fikk ikke mye på Snapchat. Jeg har ikke jeg så kjent med hva folk kan oppleve Snapchat siden det fungerer litt annerledes der. Men jeg er ganske sikker på jeg vet om Instagram eller

Facebook, så er det ganske likt med nettets eksempel da eller ja, men jeg tror det egentlig litt engstelig på Instagram og legger ting, sier man at man blir enda mer, man er ikke litt på bruker man litt mer privat eller man har en litt annerledes konto altså. At man har en annen profil da mer sånn da man kan legge ut mer av seg selv på profilen sin. Mens på Instagram kan man være litt mer privat, så det gjør man ikke kan skrive. Kanskje det kan man føler seg litt, for man føler litt mer trygg på å skrive hets da, så dette er litt fokus på litt mer åpent for å skrive noe hets på Instagram enn på Facebook. Jeg tror det er også der er det jo også flere unge på Instagram

Taler 2

Men jeg tenker netthetsen er kanskje litt forskjellig fra litt forskjellig da. For å vise. Da med at eldre, hvis det er helt sånn som med hets, så skriver kanskje annerledes enn det ungdom ville gjort.

Taler 1

Mer voksent, språk?

Taler 2

Ja mer voksenspråk under sånn ja, litt mer voksenspråk. Ja forskjellene med voksenspråk på Facebook når det først er hets Ja eller et eller Annet da.

Taler 1

Har du selv opplevd noe av dette her med? En når du har. Lagt ut noe politisk?

Taler 2

Nei, Jeg har aldri opplevd noe. Så altså. Jeg har aldri lagt ut noe sånn privatperson direkte det første har vært en tekst til innlegg. Men det er klart det har jo. Du har jo, men jeg har tenkt mer på at sånn jeg, men jeg kanskje jeg har skrevet noe da som jeg har lagt ut som gjennom en gjennom en gruppe, så vet jeg at det er alt. Det har jeg vært veldig sånn. Jeg har lest mye ting. Jeg sjekker veldig grundige før jeg skriver om før jeg legger ut slik at hvis det skjer, så er det at da har jeg liksom aldri fått noen gode til å argumentere.

På en bedre måte tilbake, eller det at jeg ikke skriver noe. Da kan vi snakke? Jeg har også opplevd at mye uenighet som kan komme i kommentaren. Folk misforstår feil ordbruk eller feil

ord da så jeg de kan jo skrevet, så har jeg vært sånn jeg har. Jeg har jeg. Jeg leste ting mange ganger før jeg tenker ut ting, det gjør jeg og det tror jeg er litt at det ligget litt til ,bevisstheten om at Om at det kan være folk på sosiale medier som vil kommentere.

Taler 1

Ikke sant? Så det ligger der hele tiden at på grunn av raske tilbakemeldinger som kan komme?

Taler 2

Ja, ja, det gjør jeg. Jeg er aldri opplevd noe, så er det ikke, og jeg måtte. Jeg tror jeg liker nok vært noe. Jeg er ikke noen negativ, så jeg er negativ til at folk skal begynne etter dets fordi det ødelegger for så mange, og det gjør at mange ikke ønsker å si meningene sine, selv om det ikke er politisk engasjerte som jeg ønsker å skrive noe selv. Og så tror man ikke fremmede for mennesker og andre net troll. Men jeg har aldri vært redd for å få kommentar selv. Jeg er ganske sikker på at ja sånn holde hodet Kaldt det vet jeg, men det er trist for de som opplever det. Altså det går utover så det. Ja.

Taler 1

Ja, du har vært innom både muligheter og utfordringer her du ja, er det noe du har tenkt på som du føler at? Du ikke har fått sagt? Noen andre muligheter eller om du har kommet på noe eksempler eller sånn?

Taler 2

Ikke som jeg kommer på akkurat nå. Det var en ting jeg tenkte på i stad, men for at jeg glemte det i mellomtiden.

Taler 1

Ja, det er i orden. Var det på muligheter?

Taler 2

Eller var det jeg tror det var sånn jeg. Tror det var muligheter. Jeg snakket mest om muligheter på Facebook, at de oppretter arrangementer der og så videre. Men jeg vet at det er jo også noen muligheter jeg bruker Instagram som jeg ikke får brukt like mye på Facebook, og det er jo med at det er lettere å få Instagram både på vanlig innlegg, men også på story da så må man jo må pakke ting litt inn. Man må forte ting, må det ungdommen i dag eller tradisjonelt folk generelt

liker å lese mye som har spilt det egentlig som det kommer vel som regel kan bli på Facebook innlegg, men kan få. Instagram så må man jo korte ned ting. Og da blir det jo at man kanskje, hvis man tenker sånn stories får noen få bilder, men den var likevel får med all informasjonen man vil ønske å komme med, så vil det være kanskje større sjanse for at alle de som ser storyen eller ser innlegget faktisk leser alt som ligger ute og det er positiv eksempel med Instagram. Og det gjør at hvis man er mer interessert, så kan man alltid legge til en lenke med til Facebook eller til et innlegg man har i en avis eller annet, så kan folk lese hvis man vil Selv men ja, det er lettere å det lettere å holde folk interesserte på Instagram.

Taler 1

Det var et godt poeng. Hmm, hvis ikke du har noe mer å legge til. Så vil jeg si takk for at du tok deg tiden til å bli intervjuet av meg.

Taler 2

bare hyggelig.

Taler 1

Håper du synes at det var ålreit.

Taler 2

Ja, det er veldig bra.