



TRO, HOPP & LAJKS

En samling essäer om sociala
mediers makt över människan

Innehållsförteckning

Makten inom digitala medier Kristina Olsson	sid. 3-4
Är journalistyrket hotat av Internet och sociala mediers framväxt? Sebastian Nord	sid. 5-6
Du är för långsam människa! Får kommunikation inte längre ta tid? Evelina Palm	sid. 7-8
Hur ska jag veta vem jag vill vara när jag inte ens vet var jag vill ta en fika? Julia Olausson	sid. 9-10
#instakidzen - en essä om att växa upp på sociala medier Josefin Persson	sid. 11-12
Politiker på Twitter - ett demokratiskt ideal eller ett överTRUMP? Hanna Olsson	sid. 13-14

Makten inom digitala medier

“We’re all being played. If you can’t beat them, join them.”

Detta citat florerade på Instagram för ett tag sen. Det fick mig att tänka på makt, även makt inom digitala medier. Vi kan luras till att köpa en idé eller produkt, men trots allt välja att gå med på att ta risken att bli lurade eftersom vi vill ta del av fördelarna med digitala medier. Vad som är sant eller falskt av allt vi läser på nätet vet vi egentligen inte. Vi kan dessutom tolka ett budskap på vårt eget sätt, utifrån vår livshistoria. Vem har makten inom digitala medier?

Vårt symbiosförhållande med digitala medier

På grund av ny teknik erbjuder digitala medier oss som privatpersoner att vara aktiva, presentera en bild av vem vi är, kommentera och sprida idéer till skillnad från tidigare då endast få personer blev omskrivna inom media. Vi lever i symbios med digitala medier, på gott och på ont. En politiker kan marknadsföra sig själv men tar samtidigt risken att få kritik för det han eller hon visar upp. Allt vi skriver sparas och vi profileras för att man vill tjäna pengar på oss. Cristine Sarrimo beskriver i *Jagets scen* vårt förhållande med digitala medier idag: ”*Detta skäfte från*

användarnas respons på medier till en medierad praktik blir alltmer accentuerat och komplext, inte minst i samband med att nya tekniker utvecklas.”

Vi tvingas på något sätt att vara en del av digitala medier för att få information om nyheter, inbjudningar till events, hålla kontakten med vänner. Det är framför allt inom digitala medier händelser omtalas. Medierna är starka krafter i samhället, men alla människor i ett fritt samhälle där vi har tillgång till digitala medier får större möjligheter till makt. Detta eftersom vi blivit en aktiv del av medialiseringen. Vi är med och påverkar samhället när vi agerar inom digitala medier som blivit ett offentligt rum för diskussion. Sarrimo menar att offentligheten egentligen bör betraktas som en handling vilken medför konsekvenser och påverkar våra ställningstaganden.



We're all being played. Bild: unsplash.com

Journalisternas maktposition

Journalister har en maktposition då de väljer att skriva om en nyhet utifrån en specifik synvinkel. Men journalister kan också inskränkas på grund av rädsla för vad deras artikel eller inlägg kan leda till, för egen del och kanske för hela landet. Invandrarpolitik och religion är konfliktfyllt och en publicerad text eller bild skulle kunna leda till en terrorattack. Det har inträffat flera gånger då karikatyrer spridits, extramister inom islam har tolkat det som smutskastning av deras religion och terrorattentatet är ett faktum. Då norska tv-teamet var på Bosporenbron i Istanbul för att rapportera om läget vid militärkuppen riktades kameran mot några islamiska kvinnor. Detta accepterades inte av de extremistiska demonstranterna som då attackerade tv-teamet. I den situationen hade tv-teamet inte mycket makt utan fick fly därifrån.

Facebook censurerar

Facebook har makt och styr vilka inlägg som ska få synas. Många diskussioner har det blivit kring amningsbilder som tagits bort. Men det finns enstaka fall som visar att privatpersoner inom Facebook också kan ha makt och påverka innehållet. Ett exempel är fallet med Jonas Gardells inlägg om att män tvingar kvinnor, ett av många inlägg i efterdyningarna av sommarens terrorattacker vilket handlade om

vilka kläder man bör ha på sig. Facebook tog bort inlägget men efter att flera tusen personer delat inlägget lade Facebook dit inlägget igen. Många aktiva läsare som visar sina åsikter kan således förändra och i alla fall tillfälligt få makt.

Autenticitet och känslor påverkar

Om man lyckas fånga sina läsare eller följare känslomässigt, då kan man också tillskansa sig en maktposition. Kultur- och demokratiminister Alice Bah-Kunke skriver på sin Instagramprofil ”ALLTID personlig ALDRIG privat”. Om man presenterar sig på ett personligt sätt kan det kännas äkta, skapa känslor, förtroende och sälja. Alice Bah-Kunke kan få följare och fler röster till sitt parti för att folk gillar henne och det sätt hon framställer sig på. I Jagets scen skriver Sarrimo att det finns ett värde i autenticitet. ”Via denna tilltagande ”känslöföreling” avpolitiserar vi oss själva och använder alltmer känslor som argument i politiska frågor.”

Språkets utvecklas i takt med sociala mediernas spridning

I ett radioprogram från Sveriges Radio P1 diskuterades språkets utveckling. En expert menade att skriftspråket styr talspråket. Man talar om ”sms-språk” där många förkortningar används. Historiskt kan man se att ett ord som ”automobil” blivit det accepterade ordet ”bil”, och ny teknik introducerar ständigt nya begrepp som ”web log” som blev ”blog”. Det kan alltså hända att förkortningar som vi använder i chattar idag kommer att bli godtagbara ord i Svenska akademiens ordlista framöver. Då är det alla vi som agerar på de digitala mediernas arena som har makt över vårt språks utveckling.

Även jätten Google påverkar vårt språk. Vi skriver olika sökord som lexikografer plockar upp, definierar och publicerar i en ny version av ett lexikon. När det var tal om att lägga in ordet ”oogooglebar” i ordlistan bestämde Google att det ordet inte fick användas. Google har makt och vi som skriver sökord har makt.

Vart är yttrandefriheten på väg?

Temat på årets bokmessa i Göteborg var Yttrandefrihet. Radio P1:s program ”Nordegren & Epstein” talade om yttrandefrihet. De nämnde att tryckfrihetsförordningen skapades för att främja ett fritt statsskick, och för kunskapen – annars skulle vettet kuvas och tankar inskränkas. Det fria ordet var viktigt, och så är det än idag. Medborgarnas inflytande över politiken stärks, ord spelar roll. Men idag finns det en oanständighet inom sociala medier. Yttrandefriheten har missbrukats och vår integritet kränks. Det finns ett utbrett näthat, så stort att det nu talas om att ändra vår yttrandefrihetsgrundlag.

Det måste finnas någon gräns för vad som skrivs och publiceras samtidigt som vi måste få lov att ha olika åsikter. Var gränsen går mellan hat och hot kan vara svårt att avgöra, gränsen mellan fakta och kränkande eller hets, gränsen mellan vad som är olagligt och lagligt. Vi som agerar på digitala medier påverkar våra makthavare och även våra lagar.

Härskartekniker och kommentarer

Den som har makt kan också missbruka den. I boken *Sociala medier & härskartekniker* av Annakarin Nyberg och Mikael Wiberg beskrivs fem olika härskartekniker; osynliggörande, förlöjligande, undanhållande av information, dubbel bestraffning och påförande av skuld och skam. De som använder sig av härskartekniker gör så för att hävda sig eller för att förtrycka andra. Boken belyser olika situationer då individer i sociala medier råkat ut för härskartekniker.

Johanna Frändén är en sportjournalist som skriver mycket i sociala medier. Hon svarar inte ens på alla mejl av kränkande karaktär längre men menar att man bör använda sig av motstrategier för att hantera härskartekniker. Man behöver moderera och censurera vid exempelvis grova sexuella kränkningar. Om det skulle röra sig om långa, känsloladdade och rörigt skrivna inlägg kan man välja att bemöta dem med tystnad. Man kan dela en kränkande kommentar vidare så att man ger alla ens följare eller fans möjlighet att kommentera åt en istället. Kritiska inlägg kan bemötas med humor eller ironi och man kan formulera sig så att man sätter punkt för diskussionen. Genom att använda sig av motstrategier tar Johanna tillbaka makten över sina texter på digitala medier. Ska man bli en offentlig person kan det vara bra att medietränas eftersom det är ett subtilt spel som ska behärskas.

Slutord

Makten finns i det offentliga rummet i digitala medier. Ibland är det stora företag som har makten, ibland är det journalister, men det kan också vara alla vi som agerar inom digitala medier. Vi kan påverka, få sympati, stöd och framdriva förändringar i samhället, men vi får inte låta rädslan hindra oss och vi måste ha kunskap om hur vi bäst kommunicerar inom digitala medier för att det ska leda till något gott.

Av Kristina Olsson

Är journalistyrket hotat av Internet och sociala mediers framväxt?

På senare tid, med Internets och sociala mediers framväxt, har journalistyrket gått igenom flertalet förändringar och ser idag inte ut på samma sätt som det en gång gjorde. Men är begreppet journalist som yrkesroll på väg att försvinna eller öppnar Internet och sociala medier upp nya dörrar för både nya och gamla skribenter?

För att överhuvudtaget kunna spekulera kring journalistens framtid måste vi först ta reda på hur rollen som skribent och journalist har utvecklats med åren. I den 10:e upplagan av Massmedier – Press, Radio och TV i den digitala tidsåldern, skriver Stig Hadenius m.fl. att fram till 90-talet var tidningar, radio och TV de tre största medierna för att nå ut till allmänheten. Dessa medier var dock begränsade när det kommer till tillgänglighet för allmänheten och hade även fasta utgivningstider som ofta inte gick att rubba på. Detta innebar att journalisterna och skribenterna oftast hade fasta tider med en deadline att förhålla sig till, vilket i sin tur innebar att det ofta fanns tid att utveckla sin text. Journalisterna före Internets framväxt var även i större utsträckning mer nischade inom specifika ämnesområden, vilket betydde att journalisten var specialutbildad inom det område man i huvudsak skrev om. Texterna som publicerades var med andra ord skrivna av journalister med fördjupade kunskaper inom ett visst ämne och de hade även god tid på sig att utveckla sina texter.

Sen kom Internet och förändrade precis allt!

Under 90-talet började privatpersoner i Sverige få Internet i hemmet som standard vilket öppnade upp för nya möjligheter, men medförde även stora utmaningar. Svenskarna började vänja sig vid att snabbt kunna ta del av nyheter och information vilket pressade de traditionella medierna till att alltid, oavsett tid på dygnet, snabbt nå ut till allmänheten med sina nyheter. De nischade journalisterna blev färre och färre samtidigt som tidningsformatet tabloidiserades vilket innebar att formatet förändrades och lämnade mindre utrymme för text. Detta var nödvändigt för att tillfredsställa konsumenternas ökade krav på snabb information.

Hadenius skriver även att Internet öppnade upp en helt ny marknad för en ny sorts skribenter - nämligen vanliga privatpersoner. Det blev plötsligt lättare för allmänheten att både kritisera innehållet i tidningar men även att framföra sina egna åsikter i olika frågor. Resultatet av detta blev att tidningarna lyssnade på allmänheten och gav dem vad de ville ha för att kunna konkurrera på den hårda marknaden. Dessutom började privatpersoner starta bloggar och hemsidor där de agerade som ett alternativ till de traditionella medierna.

Internets framväxt förändrade med andra ord väldigt mycket; det blev en ökad konkurrens som ledde till en tabloidisering av de traditionella tidningarna och det växte fram en ny plattform att publicera sina texter på, samt att det växte fram nya, amatörmässiga aktörer på marknaden. Några exempel på dessa nya aktörer kan vara en privat eller offentlig persons blogg, eller de aktivistmedier som växte fram på grund av ett missnöje med innehållet i de traditionella medierna, som till exempel Avpixlat eller ETC. När det finns så många aktörer blir Internet komplext och frågan är om Internet bör ses som ett massmedium överhuvudtaget. Många, inklusive jag själv, ser nämligen Internet som mer än ett massmedium och skulle snarare påstå att det är som en digital representation av vårt demokratiska samhälle där alla kan, får och bör göra sig hörda.



En utdöende aktivitet? Bild: unsplash.com

Men ser skribenternas framtid då ljus eller mörk ut?

Vi har i massmediernas historia sett tecken på att den nischade journalistens roll till stor del har försvunnit. De finns såklart fortfarande kvar, men framförallt då i nischade tidskrifter, som sporttidningar eller vetenskapliga tidskrifter där utgivningstiden oftast fortfarande är fast. Det är också viktigt att tänka på att utbildade journalister som skriver för en tidning eller liknande har olika demokratiska uppgifter. I Medierna och Demokratin skriver Lars Nord och Jesper Strömbäck, två av Sveriges främsta medieveterare, att en av journalisternas viktigaste uppgifter är att förmedla dubbelriktad information i form av vad olika partier står för och vad de vill uppnå i olika samhällsfrågor, samt att de ska informera allmänheten om vad som händer lokalt, nationellt och internationellt. Det ingår även i journalisternas roll att stimulera allmänheten till debatt i sakpolitiska frågor. Det finns med andra ord en trygghet i att veta att en utbildad journalist aktivt arbetar för att främja demokratin på ett opartiskt sätt.

Min åsikt är dock att de traditionella medierna i för stor utsträckning tenderar att ge konsumenterna det de vill ha snarare än det de behöver, något man tydligt kan se i digitala medier som Facebook. Där delas ofta länkar till artiklar som i folkmun kallas för clickbaits, artiklar vars huvudsakliga syfte är att locka läsaren med en spännande rubrik (ofta med ett intetsägande innehåll) enbart för att få så många läsare som möjligt. Vissa tidningar fokuserar helt enkelt för mycket på att locka läsare snarare än att fokusera på sitt innehåll, vilket kan leda till ett generellt minskat förtroende för de traditionella medierna.

Det minskande förtroendet för de traditionella medierna och journalisterna som agerar där går tydligt att se. I en återkommande studie, senast utförd 2012 av bland andra Jesper Strömbäck, kan man utläsa att förtroendet för journalister och de traditionella medierna har minskat. Allt färre individer konsumerar nyheter i tidningar, TV och radio och har istället sökt sig till alternativa nyhetsmedier. Vissa har till och med gjort ett passivt eller aktivt val att inte konsumera nyheter överhuvudtaget. I en undersökning från 2016 där jag själv var med och tog fram resultatet kunde vi se att hela 30% av deltagarna helt hade valt bort att konsumera nyheter. Detta är en ökning med 10 procentenheter jämfört med Strömbäck's rapport från 2012. Jag minns att en av intervjupersonerna sa att hen inte ville titta på eller läsa nyheterna eftersom att de var för vänstervridna. Trots detta så är det fortfarande de traditionella medierna som besitter det största förtroendet hos allmänheten, men om det fortsätter i samma riktning finns det en viss risk att folket helt tappar förtroendet. Det är dock inget som jag tror kommer hända inom en snar framtid, men det går att se ett visst hot mot det traditionella journalistyrket.

Med detta sagt har jag själv ett fortsatt stort förtroende för medierna och jag hoppas att allmänheten ser vikten i en journalists demokratiska uppdrag.

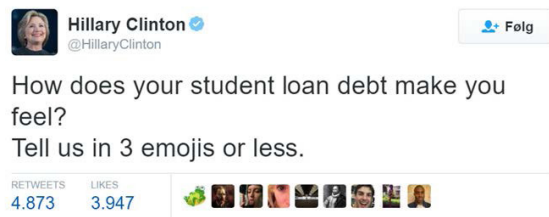
Men alla skribenter som agerar på Internet är ju inte nödvändigtvis utbildade journalister. Många skribenter har en annan utbildning, eller saknar utbildning helt och skriver istället utifrån egna erfarenheter. På ett sätt kan man se det som att Internet har gjort oss alla till skribenter som både konsumerar och producerar text som är tillgänglig för allmänheten. Skillnaden mellan utbildade skribenter/journalister och hobby-skribenter är enligt mig att de som utbildat sig ger ett mer trovärdigt intryck. Detta är något som både företag, tidningar och privatpersoner generellt brukar lägga stor vikt vid, vilket innebär att det förmodligen alltid kommer att behövas utbildade skribenter som agerar på marknaden.

Historien har alltså visat oss att journalistyrket drastiskt har förändrats på grund av konsumenternas krav och förväntningar, men även på grund av den ökade konkurrensen som uppstod när Internet blev standard i våra hem. Den största utmaningen för journalister, skribenter och traditionella medier idag är enligt mig att upprätthålla och bygga upp allmänhetens förtroende genom att vara professionella, sakliga och främja demokratin. Även om alla är välkomna att skriva och ta plats på Internet behöver vi ett strukturerat system som är allmännyttigt, så att vi konsumenter har något att luta oss mot när vi sällar i det oändliga mediebruset.

Av Sebastian Nord

DU ÄR FÖR LÅNGSAM, MÄNNISKA!

Får kommunikation inte längre ta tid?



Skärmdump från Hillary Clintons Twitter-konto, den 12:e augusti 2015

Tweeten till höger är från Hillary Clintons kampanj för att bli vald till Demokraternas kandidat i årets amerikanska presidentval, och tycks säga: Berätta gärna men låt det gå snabbt! Just det höga tempot på nätet, som till synes genomsyrar allt från format och publicering till konsumtion, är ett karaktärsdrag som ofta stöter på kritik i olika sammanhang. Det gäller allt från hotet mot det tryckta ordet till hur det urvattnar demokratin.

Den kände kommunikationsprofessorn Marshall McLuhan (1911-1980) menade att "mediet är budskapet", och att vi därför borde studera dess format och karaktärsdrag istället för innehållet. Budskapet är enligt McLuhan "den förändring i

omfattning, tempo eller mönster som mediet eller teknologin innebär för mänskliga angelägenheter". Vad är det då de digitala medierna signalerar vad gäller tempo? Och vad får det för konsekvenser för vårt sätt att kommunicera?

Haren och sköldpaddan

Vi måste naturligtvis börja med att sätta dessa medier i en kontext, i detta fall vår västerländska kulturs syn på tid och hur den ska förvaltas, vilken kan illustreras med ett antal bevingade talesätt: "tiden är knapp", "tid är pengar", "ju förr, desto bättre". Den brittiske journalisten Carl Honoré menar i sin bok *In Praise of Slowness: Challenging the Cult of Speed* (2005) att vi är besatta av att hålla ett högt tempo, och att trycka in mer och mer på mindre tid, men att denna så kallade höghastighetskultur påverkar vår hälsa, produktivitet och livskvalitet negativt. Vi borde därför istället kultivera vår "inre sköldpadda".

Psykologen Jonas Mosskin går i en DN-krönika (14/9 2016) så långt som att påstå att den supereffektiva människan till slut blir tom på tankar och känslor. Krönikan handlar om den ensidiga synen på produktivitet i självhjälplitteraturen, men hans tanke är gångbar även här: snabbt är inte alltid lika med bra. Ändå tycks dessa mediars budskap vara just att snabb kommunikation är att föredra.

LMAO

Tidsbesparing är nämligen ett återkommande tema i digitala format och funktioner. Begränsningar i form av 140 tecken och snabbmeddelanden i all ära, men en bild säger som bekant mer än tusen ord. Det framgick med all önskvärd tydlighet förra året, när Oxford Dictionaries utsåg emojin "Face with Tears of Joy" som årets ord.

I sitt magasin *Scenario* (nr 3/2016) pekar Copenhagen Institute for Future Studies på att emojis just nu upplever en global boom, och citerar språkforskaren Vyv Evans, som menar att det beror på att de bidrar med en "emotionell gestalt", som låter oss uttrycka komplexa känslor mycket snabbare och mera effektivt än ord. När det gäller reaktioner på sociala medier, så finns det mycket riktigt också ett antal symboler till hjälp, så att vi med ett enkelt knapptryck snabbt kan visa vad vi tycker och tänker. Det skapar i sin tur omedelbar tillfredställelse för avsändaren, som i realtid kan hålla koll på lajks, delningar och reaktioner.

Detta låter kanske som ett bakslag för vår förmåga att uttrycka oss i skrift, men är naturligtvis inte bara av ondo, då bilder kan hjälpa till där skriv- och talspråket går bet, till exempel över nationsgränser. Dessutom påpekar man att symboler och ikoner alltid har varit viktiga kommunikationsverktyg, framförallt innan allmän skolplikt infördes. Emojins popularitet ska snarare ses som ett exempel som

illustrerar en problematik som har en långt mer dramatisk effekt, nämligen att de effektiva formaten och funktionerna påstås leda till mindre tålmod i verkliga livet.

Tålmodet tryter

Den amerikanska psykologen Sherry Turkle har studerat den digitala teknologins effekter i mer än trettio år, och berättar i sin artikel Stop Googling. Let's talk (NY Times, 26/9 2015) om en ung kvinna som knappt står ut med att ha en konversation ansikte mot ansikte. Det påstås att det tar sju minuter att se vart en dialog leder, och kvinnan erkänner att hon inte har det tålmod som krävs för att genomleva dessa minuter – istället vill hon fly det utdragna skeendet och eventuell obekvämt tystnad genom att plocka upp sin telefon.

I detta är hon en typisk representant för ”app-generationen”, menar Turkle, och hur den relaterar till världen utanför appar som Facebook, Instagram och Twitter – förväntningen är att den ska fungera precis likadant: snabbt och effektivt, och att specifika handlingar ska leda till förutsägbara resultat. Vi presenteras även för en familj som väljer att diskutera över Gchat, för att undgå att lägga tid på det osäkra och okontrollerade, nyanserna, som kan uppstå i en fysisk konversation, och på så vis uppnå en mer ”produktiv” kommunikation.

Det hela ska självklart ses i ljuset av en amerikansk kultur där det extroverta idealet härskar - det är bra att vara social och att prata, medan den introverta personligheten, som kanske föredrar att formulera sig i lugn och ro i text, inte är lika högt rankad. Men Turkles gedigna erfarenhet och forskningsunderlag är svår att bortse ifrån, vad gäller effekterna på mänsklig interaktion och kommunikation.

Harar är vi allihopa?

Vad spelar då detta för roll? Är det inte bara så att historien upprepar sig, eftersom introduktionen av både TV och radio en gång i tiden kritiserades för att effektivisera kommunikationen och stjäla tiden man borde lägga på nyanseringen och reflektionen i en bok?

Det är inte riktigt så enkelt.

Fördjupad läsning i sig är inget finkulturellt självändamål, utan ett verktyg bland många andra i lådan med reflektiva aktiviteter som vi oftast gör i ensamhet, som till exempel meditation och måleri. Hotet gäller således inte det skrivna ordet som garant för god kommunikation, vare sig på nätet eller på papper, utan den tid vi tar oss att vara ensamma med våra tankar, reflektera och lära känna oss själva. Ensamtid har blivit ett problem som kan lösas med teknologi.

Nir Eyal, före detta speldesigner och numera professor i tillämpad konsu-

mentpsykologi, menar nämligen i sin bok Hooked: How to Build Habit-Forming Products (2014) att appar som Facebook och Instagram är beroendeframkallande, eftersom de både triggat ett behov och erbjuder en omedelbar, men tillfällig, lösning – i form av en genväg förbi jobbiga känslor som tristess, rastlöshet och frustration. En snabb ”fix”, om man så vill.

Facebooks huvudsakliga trigger är FOMO (Fear Of Missing Out), vilket innebär att ständigt vara nervös för att gå miste om något i det oändliga flödet när man inte är uppkopplad, vilket såklart leder till att man kopplar upp sig så ofta det bara går. Just detta är en väsentlig skillnad mellan de nya och gamla medierna.

Och om man får tro Sherry Turkle, så stjälar denna ständiga uppkoppling så pass mycket tid och uppmärksamhet från den enskilda reflektionen, att det påverkar vår förmåga att relatera till oss själva, och därmed förmågan att kommunicera med andra människor. Om man inte känner medkänsla med sig själv, så kan man heller inte bygga meningsfulla relationer till andra. I grund och botten handlar det om att klara av att skapa goda relationer, vilket får anses vara målet för all kommunikation.

Hitte din inre sköldpadda!

Varje ny teknologi tvingar oss att ifrågasätta mänskliga värderingar. Och motreaktioner har såklart inte låtit vänta på sig. Begrepp som JOMO (Joy Of Missing Out), slow media samt nya ”långsamma” meddelande-appen JACK är exempel på motgifter att ta till och inspireras av. Och visst låter det vettigt att sakta ner lite på den digitala fronten, att undvika att ta genvägar och leta snabba lösningar. Till vardags handlar det om att ifrågasätta om snabbare alltid är bättre eller om långsamhet ibland är att föredra. Samt att faktiskt koppla ner och ta sig tid att vara ensam.

Enligt Marshall McLuhan ser man effekterna av mediets påverkan först i retrospektiv. Kommer vi då att se tillbaka på början av 2000-talet som en tid när internet skapade ett kommunikationstempo på steroider och därmed utarmade det egna känslolivet och sociala relationer? Förhoppningsvis inte, utan snarare det omvända: att nätet pushade oss till gränsen så till den milda grad att vi lärde oss att återta kontrollen och kultivera tålmod, reflektion, och framförallt, god kommunikation.

Av Evelina Palm

Hur ska jag veta vem jag vill vara när jag inte ens vet var jag vill ta en fika?

Jag har precis lagt upp en bild på Instagram och sitter hemma i soffan med telefonen i handen, inväntandes notiser vars uppgift är att informera mig om att bilden är kommenterad eller gillad. Tiden för en lajkraket är perfekt - 18.30. Folk har hunnit hem från arbete och skola. De har hunnit äta kvällsmat. Nu sitter de i soffan och försöker koppla av, samtidigt som de kopplar upp.

Varje lajk gör mig glad. Jag känner mig bekräftad och sedd. Bilden jag lagt upp är väl genomtänkt och ganska onödig för de flesta. Men för mig är den en del i mitt identitetsskapande, något många med mig ständigt arbetar på att förbättra. Men hur har detta skapande förändrats och hur påverkas vi av att aldrig kunna lämna offentligheten?

Dagens hetsiga medieklimat har förändrat våra hjärnor. Vi ska konsumera, vi ska hitta oss själva och vi ska bli bäst. Och detta ska gå snabbt! På platsen vi idag har bäst uppkoppling, var platsen vi förr avsåg för avkoppling. Internet, men framför allt smartphonen, har gjort tillgången till offentligheten möjlig, även då du befinner dig i det mest privata. Vad gör detta med vårt identitetsskapande? När vi hela tiden kan upprätthålla och förbättra vårt jag. Hur ska jag veta vem jag vill vara när jag inte ens vet var jag vill ta en fika?

Innan digitaliseringen kunde vi inte utforska ens en bråkdel av alla de livsstilar vi har tillgång till idag. Vi inspirerades av klasskompisar, av arbetskamrater eller kändisar på TV. Vår persona, alltså den del av vår identitet våra yttliga kontakter ser oss som, var endast aktiv när vi befann oss utanför hemmet i sociala sammanhang. Dessa sociala sammanhang går idag att delta i även från soffan. Detta medför konsumtions-, prestations- och social stress.



Uppkopplad men inte avkopplad.

Människan är ett flockdjur och behöver vara en del av gemenskaper. I början av 1900-talet och dessförinnan var tillhörigheten ofta en stor familj vilken man bodde med hela livet. Vi följde föräldrarnas fotspår och påverkades av så väl klass-tillhörighet som ekonomiska förutsättningar. Kvinnan hade dessutom inte något utrymme för fritidsintressen och ägnade sig endast åt hemmets sysslor.

Dagens gemenskaper är mer komplexa och flyktiga. Då samhället förändrats, genom ett ändrat fokus från familjen till individen, saknar vi de gamla tryggheterna och tillhörigheterna. Sociologen Anthony Giddens beskriver i sin bok "Modernity and self-identity" samhället som en reflexiv modernitet. Reflexiv i den bemärkelsen att vi ständigt analyserar vår tillvaro och försöker finna en mening. Men går den att finna i ett hav av möjligheter?

I Malmö noterar jag två stora gemenskaper vilka jag ofta analyserar. En annan sociolog ni säkert känner till är Pierre Bourdieu, vars teori om samhällets fält och kapital i boken "The logic of practice" går att applicera på dagens längtan till att bli finna sig själv i en större gemenskap. Malmös dominerande fält har jag valt att kalla för hipster- och bratfältet. Dessa är belägna på Möllevångstorget och Lilla Torg (med omnejd).

För att förstå de oskrivna reglerna i fälten består av måste man förstå vilka olika kapital medlemmarna tävlar om. Kapital kan ses som valutor vilka endast går att uppskatta och konkurrera om då vi befinner oss på antingen hipster- eller bratfältet. Hipstervalutan är inget värt på Lilla Torg och är lika användbar som det engelska

pundet i Danmark.

Det finns så klart olika typer av kapital. Kulturellt kapital kan vara allt från utbildning till musikstil. Socialt kapital kan vara ett stort kontaktnät med personer de andra inom samma fält ser som högt upp i hierarkin. Nanna Gillberg menar i sin bok ”Uppmärksamhetssamhället” att det mest aktuella kapitalet i dagens digitala värld är det symboliska. Det kan ses som ett underförstått, svävande värde som saker för med sig. Ett exempel kan vara Apples produkter. De flesta av oss köper inte dessa baserat på dess kvalitet (för det finns faktiskt bättre datorer och mobiltelefoner). Istället värdesätter vi deras symboliska värde, alltså den status och de kapital de för med sig. Likadant fungerar det med min identitet på till exempel Instagram, där jag försöker skapa en känsla och ett värde kring mig själv snarare än att visa mitt verkliga jag.

Vad har då Bourdieus fält och kapital med identitetsskapandet att göra? Jo, dessa behövs likt en kompass i sökandet efter vår identitet. Att kunna välja mellan hipster- eller bratfältet förenklar många kommande beslut jag tvingas ta. För att få delta i gemenskapen på Lilla Torg finns det ett visst antal väskor och skor som passar in. Vi behöver inte ens tänka på att köpa en Fjällrävenryggsäck, då du med den hamnar längre ner i hierarkin. Utan dessa ”begränsningar” blir valen för många och vi därmed passiva.

Tack vare sociala medier kan vi både inspireras och skaffa oss dessa kapital. Instagram är ett bra exempel på hur man kan arbeta på sin identitet. Vilka det är som följer dig och hur många de är stärker (eller försvagar) ditt sociala kapital och de bilder du lägger ut och det du lajkar påverkar det kulturella kapitalet. Dessa passiva handlingar, som ändå spelar stor roll för identiteten, är unika för sin tid och var innan digitaliseringen inte möjliga att visa för allmänheten i så stor utsträckning som idag.

Än så länge är fördelarna fler än nackdelarna. Sociala medier hjälper oss finna dessa gemenskaper, oberoende av vilken fysisk plats vi befinner oss på. Det blir dock problematiskt när dessa gemenskaper virtuellt följer med oss hem. För på Möllan vet jag om att jag blir bedömd och avläst. Dit går jag med min persona, klädd för att passa in. Men möjligheten att hemma kunna åstadkomma mer kapital och bekräftelse gör att vi aldrig riktigt kan koppla av, varken psykiskt eller elektroniskt.

Flera gånger i veckan anpassar jag mig likt en kameleont till de två fälten. Jag mötte upp ett par vänner på Lilla torg för en fika, iförd en blus och kostymbyxor. Det var ett aktivt klädval då jag ville passa in i gemenskapen för området. Senare

samma dag skulle jag, med samma vänner, till Möllan och dricka öl. Att bära blusen och kostymbyxorna kom inte på fråga, vilket resulterade i en hurtig cykeltur hem till garderoben. Av med det stiliga och på med de slappa, nonchalanta kläderna. Allt detta jobb, endast för att passa in. Man vet aldrig om det blir läge för en Instagram-bild och då måste jag upprätthålla min identitet på denna. För hur hade det sett ut om jag, på fotot, satt i en blus på Möllan? Mina följare hade börjat tvivla på min identitet, vilket de inte hade varit ensamma om att göra. Jag tar alltså avstånd från bratfältet, samtidigt som jag vill passa in när jag väl befinner mig där. Ambivalensen är påtaglig.

Att hela tiden söka bekräftelse från ett fält samt vara uppkopplad gör att jag ofta publicerar bilder, speciellt på Instagram. Jag följer andra som också strävar efter samma kapital som mig, vilket gör att vi fungerar som motorer för varandra. När en känd person jag ser upp till och identifierar mig med lägger upp en bild som visar att hon varit på konstutställning på Louisiana i Danmark vill jag vara först i min krets att göra detsamma. Detta då jag, likt kändisen, vill få kulturellt och symboliskt kapital samt lajks. Men är detta något som jag vill? Eller är det min persona? Gränsen dem emellan börjar suddas ut.

Jag börjar ifrågasätta min person och identitet. Är det jag som helt plötsligt blivit intresserad av konst? Eller är det bekräftelse från de jag ser upp till som eftersträvas? Och är det farligt att förlora sig själv i jakten på lajks? Jag ser mer och mer hur min persona blir mitt verkliga jag. Jag undrar ibland hur länge jag ska orka spela detta skådespel. Eller är detta skådespel en del av mig?

När vår identitet är baserad på erkännande av andra blir den flyktig och oviss. Det gör att vi hela tiden måste producera en bild av oss själva som framkallar ett intresse hos vår omgivning. Vi arbetar ständigt på att förbättra vårt symboliska värde. Vi måste vara bäst och först med de nya trenderna. Var det kanske bättre förr? När vår framtid redan var bestämd då den baserades på vår familjs historia? Gör alla dessa val oss mer vilsna än någonsin och till en person vi egentligen inte är? Ska vi alla försöka lämna offentligheten där den hör hemma – utanför hemmet? Och tillåta oss existera, i alla fall några timmar om dagen, utan bekräftelse eller granskning av andra.

Trots dåtidens vansklighet av att bryta sig loss från klass och ekonomiska förutsättningar, är vi idag fångar i möjligheternas oändlighet, mer vilsna än någonsin.

Av Julia Olausson

något vi tar för givet, någonting som alltid finns där. Tillgängligheten har ökat och det finns inga gränser längre.

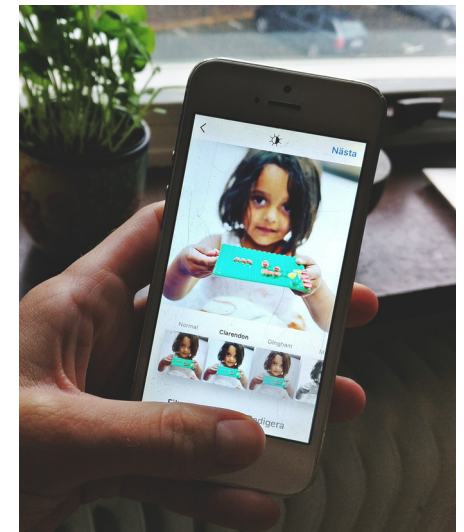
Idag lägger vi mycket tid på att vara sociala digitalt, sociala i olika former som Facebook, Instagram, Twitter och Snapchat. Bilder publiceras hit och dit, och det har blivit vårt nya språk. Vi skriver allt mindre och fotar allt mer. Allt ska fotograferas och sparas som minnen, samtidigt som vi vill visa upp våra liv för andra. Detta har lett till att det finns bland annat föräldrar som lägger ut bilder på deras barn i sociala medier, i bloggar och liknande forum. Föräldrar som lägger upp oskyldiga bilder på sina barn för att visa upp, inspirera eller dela med sig av sin verklighet. Jag ser det hela tiden, både bland vänner och kända föräldrar. Man kan få en tankeställare om vems val det var från början – barnets eller föräldrarnas?

När mamma tog ett foto på mig när jag var liten, hamnade fotot i ett fysiskt fotoalbum, sen stannade det där. När digitalkameran blev vassare, hamnade jag i jpeg-format i ett digitalt album, men stannade där. Det fanns ingen portal eller ett forum där bilder delades på det sättet som görs idag.

Det farliga med dagens bild-hets är att bilder kan spridas, delas och hamnar i ett evighetsspel på Internet. De försvinner aldrig riktigt, utan ligger lagrade i olika system. Ett klick kan förändra ditt liv, och ditt *barns* liv.

Varje dag möter jag många olika typer av instagramkonton och bilder. Många kända barnansikten idag figurerar i bilderna, de flesta med kända föräldrar, men även barn till mammalediga vänner. Barn som fyller föräldrarnas instagramkonton, eller barn som har egna konton, men där föräldrarna är huvudägare. Det märks att många föräldrar vill visa upp sina barn idag. De är föräldrarnas små ögonstenar, deras stolthet. Har ditt barn en härlig personlighet är det bara ett plus, för publiken älskar det. *Barn är underbara.*

Ett barns påhitt eller ord kan förgylla ens dag. Att få hålla en liten bebis är som terapi för själen. Inte konstigt att konton med härliga och söta ungar är en hit just nu.



Penny Schulman är idag ett känt ansikte på Instagram.

#INSTAKIDZEN

En essä om att växa upp i sociala medier

När jag var åtta år kunde femton minuter på Funplanet.se vara en guldstund. Där spelade jag Puppy – ett arkadspel i 2D som gick ut på att styra hundvalpen Puppy till att fånga diamanter – lite likt Super Mario. Jag hade kunnat sitta där i timmar om jag hade fått, men femton minuter var maxtiden. Sen blev det för dyrt enligt mamma och pappa.

Att få sitta vid datorn var väldigt speciellt. Det var något främmande, något som skilde sig gentemot ritstunden och utomhuslekarna. Det fanns något med datorn som lockade, som trollband, något som vara beroendeframkallande. Kanske för att det var nytt, för att det kändes som vardagslyx. Att få vara på Internet. Det fyllde någon slags stolthet, att jag fick vara där, istället för att pussla eller leka med Barbies som alla andra flickor i min ålder. Jag kände mig lite mer vuxen, i mitt lilla åtta-åriga jag.

Det var hur min digitala mediemiljö såg ut, det var de gränserna som fanns då i min värld. Då fanns det knappt bärbara datorer, inga smartphones och absolut inga surfplattor. Sociala medier kom senare i tonåren i form av Lunarstorm, MSN och därefter Bilddagboken. Inget Facebook, inget Instagram, ingen Snapchat.

Idag ser världen annorlunda ut för dagens åtta-åringar. Barn idag har en annan relation till sociala medier än vad jag hade. Förr var datortiden en lyx, idag är det

”Förra året gjorde tidningen Kamratposten en enkät med 1524 barn som visar att nästan vart tredje barn har föräldrar som lägger ut bilder utan att fråga om lov” kan läsas i artikel av Gunilla Brodej i Expressen kultursidor från den 16 juni 2016. Artikeln handlar egentligen om Penny Schulman, ett aktuellt instagramfenomen. Hon är barn till Anitha och Calle Schulman, två föräldrar som arbetar inom Stockholms mediavärld. Penny är ett härligt frispråkigt barn. Hon har bland annat gjort sig känd med citatet ”tjejer är bäst” som blivit både låt och t-shirt. Hon har tagit Instagram med storm trots att hon bara är fyra år. Foton och filmer på henne läggs upp genom pappa Calles instagramkonto och har både kritiserats och hyllats. Kritiserats för att exponera sin dotter i medier i den mängd de gör, men hyllats för att Penny har en härlig personlighet och bjuder på mycket glädje. Hon har till och med vunnit pris som årets instagrapersonlighet, vilket säger en hel del om kontots popularitet.

Men med framgång kommer mothugg. Nyligen fick Penny vara med om en tråkig händelse, något som hennes pappa valde att uppmärksamma på Instagram. Hon och pappa Calle skulle livesända ett matlagningsprogram över Twitter, som istället pappa Calle valde att lägga ner efter ett rasistiskt påhopp mot Penny. Mot lilla charmiga Penny på fyra år som bara skulle laga mat med hjälp sin pappa. Lyckligtvis hörde den anonymt skyldige av sig och bad om ursäkt. Men ändå. *Ändå* blir hon ett offer för näthatet.

Detta kanske inte ens händer ofta, och inte alla barn. Penny Schulman är ett kändisbarn, hennes föräldrar är redan offentliga. ”Hon har fått smaka på det från start” menar Cissi Wallin i ett blogginlägg från den 7 december 2015. Wallin är vän till familjen och berättar hur Penny är ett barn som ”gillar att ta plats”. Hon resonerar varför det egentligen skulle vara fel av hennes föräldrar att ge henne den platsen, de gör det under sina egna kontrollerade former. Samtidigt menar hon att det förmodligen funkar bättre på barn till offentliga föräldrar - ”för att skippa chocken senare i barndomen än försöka skydda dem från offentligheten till varje pris.”

Barnen kommer använda sociala medier i framtiden, så är det bara, det kommer inte försvinna. Inte ännu. Oavsett om du är kändisbarn eller inte. Frågan är bara när. Sociala medier blev en grej för mig när jag var i mina tidiga tonårs-år, men idag har åtta av tio mellanstadieelever en smartphone. Tiderna förändras och ingången till olika sociala medier är idag mer påtaglig.

I en artikel skriven av Lovisa Höök i Sydsvenskan den 14 februari 2016, diskuteras hur barns sociala medier-avvändande påverkar deras hälsa och hur föräldrar bör agera. Forskaren Elza Dunkels menar på föräldrars oro kan ställa till det och att

föräldrarna bör vara lugna. Det går inte att hindra barnen från att möta tråkigheter, men som förälder bör man ta ansvar för att lära sina barn att orientera sig i potentiellt farliga miljöer. Barnen är vana användare och upplever större trygghet på nätet eftersom de tränat i olika situationer, menar Dunkels. Om föräldrarna själva är vana användare skapar mer trygghet till att prata om klimatet på sociala medier. Att varna och förbjuda är fel väg att gå. ”Att ta barnens telefon och ta sig friheten att radera en app är en stor integritetskränkning.”

Barnläkaren Åse Victorin påpekar i samma artikel att skärmtiden bör begränsas. Hon ser en beroendeproblematik kopplat internetanvändare och möter barn med sömnsvårigheter. Victorin anser att unga idag lägger alldeles för mycket tid på sociala medier. ”Det värsta är inte vad du gör på skärmen utan att du förlorar det som du annars skulle ha gjort ”in real life”.”

Å andra sidan, menar Dunkels att skärmtid är ett förlegat uttryck, att digitaliseringen inte kan stoppas och att huvuduppgiften är att stötta barnen i den utvecklingen.

Sunt förnuft låter det som i mina öron. Det är det vi ska följa, sunt förnuft. Skydda dina barn, men inte för mycket. Alla är vi olika och kommer från olika bakgrunder. Det finns inget rätt och fel i den här frågan, mer än att barnens integritet är viktigast. Det är den vi ska skydda.

Föräldrars användande får inte skada barnen och som förälder kan det vara värt att ställa sig frågan i vilket syfte man publicerade den där bilden. När det kommer till barnens eget användande, kan vi inte vara superhjältar och skydda dem från onda ting. Barn måste själva få lov att upptäcka och lära sig på egen hand. Trots allt, det är de som är proffsen i det här fallet. De kanske kan lära oss något istället.

Av Josefina Persson

"Happy #CincoDeMayo! The best taco bowls are made in the Trump Tower Grill. I love hispanics" - Donald J Trump 5 maj 2016

POLITIKER PÅ TWITTER - ETT DEMOKRATISKT IDEAL ELLER ETT ÖVERTRUMP?

Med anledning av den uppmärksammande presidentkandidatens utspel på sociala medier, väcks mina tankar kring politikernas medverkan på sociala medier. Jag talar om mannen, myten, citatmaskinen och också aktuella presidentkandidaten Donald Trumps figurering på sociala medier.

Den rådande presidentvalrörelsen må inte vara det första "sociala medier-valet" men medierna har onekligen spelat en mer aktiv roll denna gång. Trump dominerar såväl som provocerar på mikroblogg-plattformen Twitter. Experter anger hans autentiska framtoning som orsaken till hans dominans på sociala medier, där hans tweets är i enlighet med hans personlighet. Samtidigt som Trump publicerar politiska uttalanden ena stunden, kan han i ett senare inlägg avslöja vad han åt till lunch.

Den republikanske presidentkandidaten suddar ut gränserna mellan privat och offentligt och distanserar sig samtidigt från den traditionella bilden av att en politiker ska vara opersonlig i sin offentliga roll som maktbärande. Det går att tala för att plattformen är en utökning av det offentliga rummet, där partiernas representanters medverkan kan skapa ett direktdemokratiskt utbyte mellan dem och medborgare.

I "Svik dagordningen" från 2013, beskriver historikern Ramus Fleischer hur offentligheten är en förutsättning för politisk demokrati, liksom marknaden är en förutsättning för ekonomisk tillväxt. Det idealiska offentliga rummet skildras av Jacob Svensson, docent i mediekommunikationsvetenskap, som "en plats fyllt av rationella samtal mellan individer som visar varandra ömsesidig respekt".

Svenska politiker har i viss mån anpassat sig till det framväxande nätverkssamhället och det går att finna många politiska representanter på Twitter. Svenssons studier kring svenska politikernas medverkan på plattformen, tyder på att det demokratiska utbytet ändå har uteblivit. Istället har innehållet på Twitter varit "ett digitalt ryggdunkande" mellan journalister och partier som tweetar till varandra, snarare än ett demokratiskt utbyte mellan medborgare och politiker.

Vare sig man är demokrat eller republikan, har Trump lyckats engagera och väcka känslor hos människor från båda blocken. Är det så att icke traditionella medier kräver icke traditionella politiker som Trump? Måste politiker bryta sig loss från att vara opersonlig i sin roll som maktbärande för att kunna verka på plattformen? Kan upplösningen av gränserna mellan privat och offentligt gynna medborgaren eller kan det sätta medborgares demokratiska röst på spel?

Sociala medier kan jämföras med en kapitalistisk marknad, liksom att det är en plats där vi marknadsför oss själva inför varandra. Vi kan styra våra sociala medieprofiler, samma sak gäller politiker. Sociala medier kan därmed bli en scen för ett skådespel, där vi kan välja vilken roll vi vill förklara oss.

Twitter känns vid en första begrepp som ett demokratiskt föredöme, där politiker och medborgare delar samma rum och resurser och där ett politiskt samtal kan ske. Trumps nyttjande av det digitala verktyget har möjligen inte öppnat för

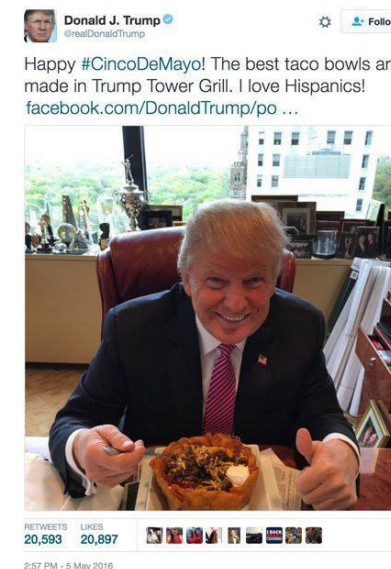


Bild: Donald J Trump @twitter

ett större offentligt rum, men har i vart fall lyckats engagerat miljontals människor världen över. Medborgare har vidarebefordrat 'tweets' och visat antingen sympatier inför presidentkandidaten eller motsatsen. Men den öppna dialogen och direkt-samtalen mellan presidentkandidaten och medborgarna har uteblivit. Twitter har både förutsättningar och möjligheter, men det har inte betydelse att det politiska samtalet automatiskt har gynnats.

Trumps karaktäristiska twittrande tyder även på en feltolkning av vad medborgare faktiskt efterfrågar på internet. Det finns en trivial bild av att den vardagliga internetanvändaren efterfrågar lättsamt innehåll i form av underhållning. I en rapport om nyhetsdelning i Sverige från 2014, beskriver Sara Ödmark, adjunkt i journalistik, att det som egentligen engagerar och som delas mest på internet är av politiskt innehåll. Sociala medier är följaktligen en plats för nyhetsdelning i stora kvantiteter.

Denna misstolkning av mediepubliken är allvarlig. Trumps 'tweets' såväl provocerar, engagerar som dominerar. Hans 'tweets' leder till att människor höjer på ögonbrynen, skrattar, eller nickar instämmande. Trump har antagit rollen som en politiker som spränger alla ramverk av vad en presidentkandidat ska göra och har således omvandlat politik till underhållning. Med politiker som agerar i "underhållningssyfte" finns risken att debattklimatet på Twitter blir kategoriserat utefter termer som "chockerande" och "skrattretande", vilket jag tror kan reflekteras i det verkliga debattklimatet. Detta är problematiskt.

Sociologen Jürgen Habermas teori om demokratisk potential i moderna samhällen och offentlighetens förfall kan aktualiseras tack vare internet och sociala mediers uppkomst. Habermas resonerar kring att medborgare befinner sig i en isolerad privat sfär där de har blivit passiverade av alla politiska diskussioner som sker, såväl på traditionella medier och icke traditionella såsom Twitter. Medborgare blir politiska konsumenter, än de producenter som en demokrati avser.

Icke traditionella medier har blivit traditionella mediers förlängda arm. En ytterligare kanal för partier att nå ut med sin politiska agenda. När politiker skapar ett Twitterkonto utmanas två olika sfärer, den privata och den offentliga, där de omformas till att inte längre vara ett motsatspar. Att vara personlig på sociala medier är vanligt förekommande för användare och skapar en möjlighet till ett band mellan människor. Politiker lär vara väl medvetna om sociala mediers förutsättningar och det är vidare förstäligt att politiker därför rättar sig efter etermedier och den kultur som råder på sociala medier. Endast genom att ingå i Twitter blir politiker med

automatik mer "personliga" än vad vi är vana att se dem. Jag tror att allmänheten har en högre acceptansnivå inför politikerns aktivitet i den virtuella världen, likt vi har med våra medmänniskor. Om en politiker hade uttalat sig om sin lunch i en debatt på TV hade sannolikt allmänheten vridit sig i sina soffor. Utspel på Twitter blir accepterat då det går i linje med övriga tweets i vårt flöde. Politiker blir i våra ögon en "vanlig" person som också tycker om tacos. Vi känner ett band till våra politiker vilket kan suddas ut en känsla av ett "vi" och "dem". Politiker upplevs närmre oss medborgare och fördenskull lämplig att representera folkets röst.

Risken med denna acceptans inför politikerns aktivitet på Twitter är att medborgare glömmer att våra folkvaldas huvuduppgift är att representera folkets röst. Inte att underhålla.

Men vad är det som då styr det offentliga rummet? Idag är det de medborgare med störst kapital som har störst möjligheter att få sin röst hörd. Är Twitter som den övriga världen, ett fall för den kapitalistiska marknaden vi lever i? Den offentliga sfären må ha utvidgats, men när effektiv publicering på Twitter sker från en politiker som Trump, likt "HappyCincoDeMayo"-tweeten från 5 maj 2016, blir medborgarens röst ersatt med innehåll i form av privata intressen, som vi sällan är källkritiska inför. En politiker som Trump kommer undan med företeelser på twitter, då vi betraktare är mer toleranta i ruset av underhållning.

Politikerns uppgift måste vara att ställa digitaliseringen i medborgarnas och demokratin tjänst. Låt det fria ordet värnas men inte utsugas. Twitter kan i takt med det framväxande nätverkssamhället, bli det idealiska offentliga rum som plattformen har potential till att bli.

Att politiker går ifrån sin privata roll på sociala medier behöver inte vara ett hinder, utan en förmån. Men spara oss medborgare inlägg om lunch och öppna istället upp för en direktdialog med medborgare. Fördumma inte människors politiska intresse och låt oss få lämna vår privata sfär och ta ett steg i rätt riktning, till det idealiska offentliga rummet, Twitter.

Av Hanna Olsson