

Lunds universitet

Institutionen för kulturvetenskap

DIKK60 – Digitala kulturer: Examensarbete VT 2024

Handledare: Carin Graminius

Filter for Good

En kvalitativ studie av monetära TikTok- filter
för humanitärt stöd i Palestina

Clara Castenfelt



Abstract

This bachelor's thesis explores how users engage with political content on TikTok concerning monetized filters to the benefit of Palestine. It also investigates the role TikTok may play in facilitating political mobilization and advocacy, as well as how users leverage the platform to organize, collaborate, and amplify their voices around political issues. The two main methods of research are non-participatory observation and qualitative content analysis. By utilizing Milbrath's hierarchy of political participation, the following study reveals a spectrum of engagement on low-to-medium levels, shedding light on TikTok as a space for expressing opinions, engaging in discourse, and advocating political issues.

Analysis suggests that controversy and novelty surrounding filters can elicit ideological reactions as well as stimulate engagement. This underscores TikTok's potential as a dynamic arena for political expression. However, users express plenty of skepticism regarding the transparency of donation processes and creators' intentions. This highlights the importance of maintaining clarity and trust with one's audience when advocating for a political cause on TikTok. Through connective action, users leverage TikTok's innate features to coordinate efforts and amplify collective impact, which fosters diverse dialogue between individuals and raises awareness of humanitarian issues. The short-form video content on the app encourages creative expression and makes political content more accessible, especially considering the younger demographics of the platform. Furthermore, personal action frames enable users to tailor their engagement based on personal beliefs, emphasizing individual pathways to action. Users also self-organize and collaborate to increase visibility and effectiveness in supporting the Palestinian cause. TikTok thus emerges as a space for empowerment, democratizing political participation, and amplifying marginalized voices. Overall, this reflects the transformative potential of social media platforms.

Keywords: *TikTok, filter, politics, social media, engagement, participation, monetary, activism, humanitarian.*

Nyckelord: *TikTok, filter, politik, sociala medier, engagemang, deltagande, monetär, aktivism, humanitärt.*

Innehållsförteckning

Abstract	
Innehållsförteckning	
1. Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställning	3
1.2 Begrepp	3
1.3 Avgränsning	4
1.4 Disposition	4
1.5 Tidigare forskning	5
1.5.1 Ethan Zuckermans ‘cute cat theory’.....	5
1.5.2 Henry Jenkins och meningsfullt deltagande.....	6
1.5.3 Frank Reichert och online-offline-samband.....	7
1.6 Teori	7
1.6.1 Milbrath’s hierarki av politiskt deltagande.....	9
1.6.2 Connective action.....	11
1.7 Metod	13
1.7.1 Observationer som etnografisk metod.....	13
1.7.2 Kvalitativ innehållsanalys som analysmetod.....	15
1.7.3 Hur algoritmer påverkat studien.....	16
1.7.4 Empiri och urval.....	17
2. Analys	20
2.1 Typer av digitalt politiskt deltagande på TikTok.....	20
2.1.1 Clicktivism.....	20
2.1.2 Förstärkande av marginaliserade röster.....	23
2.1.3 Uppmaningar till handling.....	24
2.1.4 E-finansiering.....	26
2.2 Användarnas kommunikation och mobilisering runt monetära filter.....	28
2.2.1 Filter for Good.....	28
2.2.1.1 Personliga handlingsramar.....	29
2.2.1.2 TikTok som kommunikationsnätverk.....	30
2.2.2 Donate for Palestine.....	31
2.2.2.1 Organisatoriska principer på TikTok.....	31
2.2.2.2 Utnyttjandet av anpassade samordningsplattformar för social handling.....	33
3. Avslutande diskussion	35
Referenslista	38

1. Inledning

TikTok är en populär app för videodelning hos barn och unga idag. Efter att ha förvärvats av det kinesiska företaget Bytedance 2018, har appen upplevt exponentiell tillväxt och blivit en global sensation med en användarbas på över 1 miljard människor (Internetstiftelsen, 2020). Dess kärnfunktioner kretsar runt musik och dans, och tillhandahåller sina användare med en mängd kreativa verktyg för att personalisera sina videor. Med tiden har TikTok diversifierats för mer än bara underhållningsrelaterat innehåll – det är också en plattform för utbildning, marknadsföring, och politik. Appen är känd för sin trendkultur, och användare deltar ofta i virala utmaningar, danser, och hashtag-kampanjer. Det finns funktioner som låter användare skapa videor med delad skärm tillsammans med befintligt innehåll, samt infoga segment av andra användares videor i sina egna. TikTok uppmuntrar aktivt engagemang och interaktion bland användare genom dessa funktioner, vid sidan av mer vanliga sådana som gillamarkeringar, kommentarer, och direktmeddelanden. Detta bidrar till appens dynamiska och interaktiva karaktär. På grund av dess kinesiska ägande har TikTok också varit föremål för flera internationella kontroverser, främst gällande innehållsmoderering och användarnas integritet.

Vår värld är intrikat sammankopplad med internet. Sociala medieplattformar som TikTok lockar uppmärksamhet från miljontals användare varje dag världen över. Sedan mars 2024 (Statista, 2024) är TikTok den tredje mest nedladdade appen i världen. Dess tillväxt understryker inte bara dess globala dragningskraft, utan speglar också en bredare trend av ökat digitalt engagemang. I Sverige har TikToks tillväxt varit anmärkningsvärd som en av de snabbaste i landet, med en användarökning från 20 till 24 procent (Internetstiftelsen, 2024).

Som ett resultat av denna enorma digitala tillväxt kan detaljer i det vardagliga livet ofta sammanflätas med större geopolitiska händelser. Mot bakgrund av TikToks tilltagande utspelade sig tragiska händelser i Mellanöstern den 7 oktober 2023, då den palestinska terrorgruppen Hamas och israeliska styrkor drabbades samman i strid. De har hittills lämnat över 36,000 palestinska offer i sina spår, enligt Al Jazeera (2024) kontinuerliga livebevakning. Händelsen, som för nuvarande benämns som Israel-Hamas-kriget, har fått omfattande pressbevakning och internationell uppmärksamhet. Flertalet nyhetskanaler, såsom Al Jazeera och SVT (Sveriges

Television, 2024) bevakar konflikten i realtid via sina webbsidor sedan stridernas början. Mycket digitalt material har sedan dess dykt upp på olika sociala medieplattformar i människors försök att uppmärksamma västvärlden på den pågående katastrofen.

I kölvattnet av detta praktiskt taget livestreamande krig har en unik form av politisk mobilisering slagit rot på TikTok. Monetära videoeffekter, som jag i denna uppsats kommer att referera till som 'filter', används som e-finansieringsmetoder för att ge humanitärt bistånd till drabbade regioner i Palestina. Det första filtret skapades ungefär en månad efter att konflikten eskalerade, något som TIME Magazine (Mendez, 2023) rapporterade. Ett filter med en vattenmelon dök upp på TikTok som ett sätt att stödja och samla in pengar till välgörenhetsorganisationer som utförde arbete i det palestinska territoriet Gaza. Det skapades av AR-kreatören Jourdan Johnson, där användaren presenteras med en vattenmelon som måste föras längs en snirklig linje för att samla upp frön. För varje användning av filtret som publiceras får Johnson lite pengar, något som möjliggörs av TikTok's Effect Creator-program. Det är ett initiativ lanserat av plattformen för att tillåta innehållsskapare "get recognized and collect cash rewards for creating popular TikTok effects." (TikTok, 2024). Efter att ha uppfyllt vissa behörighetskrav kan kreatörer publicera filter som efter 100,000 användningar börjar generera intäkter. Pengarna tillfaller sedan skaparen, en månad efter att filtrets 90-dagars kvalificeringsperiod för intäkter har löpt ut (TikTok, 2024).

Vattenmelonerna i Johnson's filter kan dateras tillbaka till Sexdagarskriget mellan flera arabstater 1967 (Bjerkhoel, 2024). Vid den tidpunkten användes vattenmelonerna som en förtäckt symbol för palestinsk solidaritet, efter att restriktioner runt offentlig visning av den palestinska flaggan infördes. Sedan Israel-Hamas-kriget bröt ut har symbolet gjort en återkomst och ingjutit sin status som en symbol för stöd. Av denna anledning blev Jourdan Johnsons filter otroligt populärt, och miljontals användare publicerade inlägg med det. På några veckor hade filtret samlat in de maximala intäkterna på 14,000 dollar. Hon dokumenterade sin donation av hälften av pengarna till Läkare Utan Gränser, och den andra hälften till att köpa digitala SIM-kort för att hjälpa människor i Gaza hålla sig online under internetavbrott (Johnson, 2023).

Johnsons filter kan, mot bakgrund av dess viralitet, ses som startskottet för en onlinerörelse som troligen är den första i sitt slag. Initiativet har katalyserat uppkomsten av liknande filter som

riktar sig till andra humanitära kriser i världen. Ökningen av monetära filter på TikTok representerar således en ny skärningspunkt mellan teknik, deltagande, och sociala medier, men än så länge finns det ingen forskning om detta fenomen. Filtren är också bevis på hur människor använder sin kreativitet för att få mer nytta av digitala verktyg. Om vi analyserar detta fenomen genom relevanta teoretiska ramar kan vi få en djupare kunskap om samtida former av opinionsbildning. Att lyssna på TikTok- användarnas åsikter, motivationer, och uppfattningar om dessa filter är avgörande för att förstå hur de närmar sig konceptet digital aktivism samt använder sociala medier för att mobilisera sig, oavsett syfte.

1.1 Syfte och frågeställning

Syftet med följande studie är att analysera mönster av politiskt engagemang med monetära filter på TikTok till förmån för Palestina, och därmed bidra till en omfattande översikt över denna växande och relativt nya form av social handling. Studien söker även utvärdera på vilka sätt användare utnyttjar TikToks inneboende egenskaper för att mobilisera sig runt det ändamål som de monetära filtren förespråkar. Mina frågeställningar kan därför formuleras som sådant:

- Hur engagerar sig användare med politiskt innehåll på TikTok när det gäller monetära filter till förmån för Palestina?
- Vilken roll spelar TikTok för att underlätta politisk mobilisering och opinionsbildning?
- Hur utnyttjar användare TikTok för att organisera, samarbeta, och förstärka sina röster runt politiska frågor?

1.2 Begrepp

I den här studien förekommer diverse begrepp som kan tolkas olika beroende på vem som läser. Därför tillhandahåller jag den här lathunden för att förtydliga vad det är som avses. Definitionerna nedan kommer från Svenska Akademiens Ordböcker (2024).

Monetär = som har att göra med penningväsende (Svensk ordbok, 2021).

Aktivism = praktisk handling från individ eller organisation i syfte att uppnå samhällsförändring (Svensk ordbok, 2021).

Humanitärt = som betingas av respekt för människans värdighet och grundläggande rättigheter (Svensk ordbok, 2021).

1.3 Avgränsning

Följande studie är avgränsad till att studera de två mest populära monetära filtren för Palestina, mätt i antalet inlägg som applicerat dem. Filtren heter *Filter for Good* och *Donate for Palestine*. Det förstnämnda är skapat av Jourdan Johnson, medan det senare skapades av TikTok-användaren @mzfl. Båda filtren publicerades i november 2023. Därmed träder även en temporal avgränsning i kraft, då inga nyuppkomna intäktsgenererande filter för Palestina kommer att analyseras. Vissa interaktioner användare sinsemellan, som kommer att analyseras i avsnitt 2.2, är dock publicerade utanför den temporala avgränsningen. Detta är för att filtren fortfarande används och interageras med efter att kvalificeringsperioden upphört och de slutat generera vinst.

1.4 Disposition

Studiens kommande delar består av tidigare forskning, för att vidare kontextualisera uppsatsens ämne i relevanta studier. Därefter presenteras de teorier som ligger till grund för uppsatsen, och hur de relaterar till min undersökning. Efter teoriavsnittet kommer ett metodavsnitt behandla hur empirin samlats in, samt diskutera relevanta etiska och tekniska aspekter av insamlingen som kan komma att påverka studien. Slutligen rundas avsnittet av med en redogörelse för hur den insamlade empirin har analyserats. Uppsatsens analysdel består av två avsnitt, där datapunkter från min undersökning kommer att analyseras utifrån mina valda teoretiska ramverk. Avsnitten är uppdelade i mindre delar som behandlar olika teman. Uppsatsens sista del består av en avslutande diskussion.

1.5 Tidigare forskning

I dagsläget råder det en brist inom akademien på forskning om monetära filter. Detta är inte oväntat, då fenomenet fortfarande är i sin linda. Däremot finns det en uppsjö av forskning om användningen av digitala verktyg för bland annat politiskt deltagande. Även om den tidigare forskningen inte behandlar mitt specifika fokusområde kan den ändå anpassas för att bidra med insikt om ämnet. Dessutom kan den underlätta den konceptuella förståelsen för deltagandedynamik online, och hur digitala plattformar påverkar individers politiska deltagande. Detta är en bra grund att stå på när det är dags att analysera mitt material, samt dra slutsatser baserat på mina fynd.

1.5.1 Ethan Zuckermans ‘cute cat theory’

Ethan Zuckermans artikel “Cute Cats to the Rescue? Participatory Media and Political Expression” (2013) är ett relevant exempel på tidigare forskning. Zuckerman fördjupar sig i användandet av deltagande medier för politiska syften genom linsen av popkulturella element, till exempel söta katter. I sammanhanget av denna studie kan samma definition appliceras på Tiktok-filter som låter användare ändra sitt utseende, lägga till specialeffekter, eller ändra den visuella stilen på sina videor för att uttrycka sig. Att dessutom använda ett monetärt filter för att gynna en sida av en kontroversiell politisk konflikt kan vidare övervägas som ett politiskt uttryck. Med deltagande media syftar Zuckerman (2013) på digitala plattformar där användarna spelar en väsentlig roll i att samla in, rapportera, analysera, och sprida innehåll. Där passar de flesta sociala medieplattformar in med råge.

I sin ‘cute cat theory’ lyfter Zuckerman (2013) fram att befintliga sociala medieplattformar kan återanvändas av aktivister. Detta är främst på grund av de inneboende egenskaper hos plattformarna, som gör det svårt för regeringar eller mäktiga organisationer att censurera budskap utan att oavsiktligt påverka harmlöst innehåll. Han exemplifierar detta med den viktiga roll som Facebook spelade i att organisera protester och sprida information under den arabiska våren 2011-2012. I sin slutsats understryker Zuckerman (2013) hur otroligt föränderliga de olika metoderna för politiskt engagemang kan vara när de utförs online. Han betonar även

forskningsluckorna inom området, som kallar för behovet av att vidare utforska dynamiken mellan deltagande media, populärkultur, och politiska uttryck. Den nyare användningen av TikTok för att delta i politiska åtgärder är ett bra exempel på hur Zuckermans (2013) 'cute cat theory' kan tillämpas på de utvecklande användningsområdena för sociala medier.

1.5.2 Henry Jenkins och meningsfullt deltagande

I ett ytterligare relevant exempel på tidigare forskning skriver medieforskaren och professorn Henry Jenkins, i kapitel 4 av sin bok "Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture" (2013), om hur de skiftande relationerna mellan kreatör och publik förändrar innebörden av begreppet 'meningsfullt deltagande'. Han hävdar att flera av de onlineaktiviteter som markerats som "mindre aktiva", såsom läsning och observation, också involverar betydande arbetskraft som potentiellt ger värde till annat innehåll. Han argumenterar även emot den populära föreställningen i mediavärlden att alla som konsumerar innehåll också producerar det, och menar att vi inte bör utgå från att publikaktiviteter som kräver avancerade mediekunskaper i sig är mer värdefulla eller meningsfulla än att, exempelvis, delta i debatt. Vi bör inte heller tro att medieegenskaper som betonar tekniskt deltagande är mer engagerande än innehåll som väcker diskussion och delning.

Jenkins menar att när människor målar upp gör-det-självt-media som A och O för deltagarkultur, riskerar de att reducera andra typer av deltagande i utvärdering, bedömning, kritik och återcirkulering av material till "consumptive behavior by a different name." (2013, s 154). Även de som "bara" läser, lyssnar eller tittar, gör det annorlunda i en värld där de inser sin potential att bidra till bredare samtal om innehållet, än i en värld där de inte har möjlighet till meningsfullt deltagande. Dessa insikter från Jenkins (2013) kan bidra till ett mer nyanserat förhållningssätt till digital aktivism på plattformar som TikTok, och hur konkret samhällsförändring kanske inte alltid måste börja på gatan, utan kan göra det online.

1.5.3 Frank Reichert och online-offline-samband

Slutligen, som ett sista exempel på relevant tidigare forskning, undersöker en studie utförd av psykologen och utbildningsforskaren Frank Reichert (2021) hur unga vuxna i Hongkong, Kina engagerar sig i politisk handling offline och online. En intressant faktor som Reichert (2021) fann påverka unga vuxnas beslut att delta i politiska aktiviteter offline, var det positiva sambandet mellan offline- och online-deltagande som fanns hos målgruppen. Studien fann att “students who reported participation in one mode were significantly more likely to report activities in the other mode. What is more, cross-legged analyses suggest that experiences in offline political activities increase the chances of participation through online means.” (Reichert, 2021, s 6). Detta pekar på en positiv inställning till sociala mediers mobiliseringspotential, och avslöjar att engagemang i politiska handlingar offline, som att delta i protester eller underteckna petitioner, är något som kan katalysera övergången till onlineplattformar för politiskt engagemang och vice versa.

Författaren berör också några baksidor med användningen av digitala medier för politiska uttryck. Den omfattande användningen av exempelvis sociala medier kan visserligen påskynda sociala rörelser, men kan sätta ett högt riktmärke som riskerar leda till mindre tillfredsställande upplevelser i framtiden (Reichert, 2021). Studien understryker sociala mediers mobiliseringspotential, samt de digitala plattformarnas roll i utvecklingen av människors engagemang i politiska aktiviteter. Det nyanserade förhållningssättet som Reichert (2021) har till för- och nackdelarna med detta ger ett fast tidigare forskningsunderlag inför vår analys av de olika nivåerna av politiskt engagemang som användare utför, samt hur TikTok kan användas för att förstärka användarnas röster i politiska frågor.

1.6 Teori

I följande uppsats kommer jag att använda två teoretiska ramverk som utgångspunkt för att undersöka mitt empiriska material: Milbraths hierarki av politiskt deltagande, och connective action. Teorierna kommer att redogöras och förklaras var för sig i avsnitt 1.6.1 och 1.6.2. Jag valde dessa två teorier eftersom de kändes nära besläktade. Den första teorin, Milbraths hierarki

för politiskt deltagande, ger ett strukturerat ramverk för att studera politiskt engagemang som ett fenomen. George & Leidners (2019) expansion av ramverket till den digitala sfären hjälper vidare till att hantera de element som ändras och förblir statiska när deltagare byter medium. Eftersom TikTok i grunden är decentraliserat och mycket individualistiskt nätverk, visste jag att det skulle finnas en del skillnader mellan varje användares engagemang i mina datapunkter. Genom att identifiera var användare hamnar i hierarkin kan min studie ge en större bild av djupet och bredden av politiskt engagemang bland TikTok-användare. Trots skillnaderna mellan användare i data, bevisar ramverket ytterligare att det nästan alltid finns mönster i användarbeteende. Appen ger alla användare samma uppsättning verktyg för att kommunicera. På så sätt hjälper ramverket att identifiera förekomsten av olika nivåer av engagemang, genom att identifiera de verktyg som användarna på dessa nivåer använder mest.

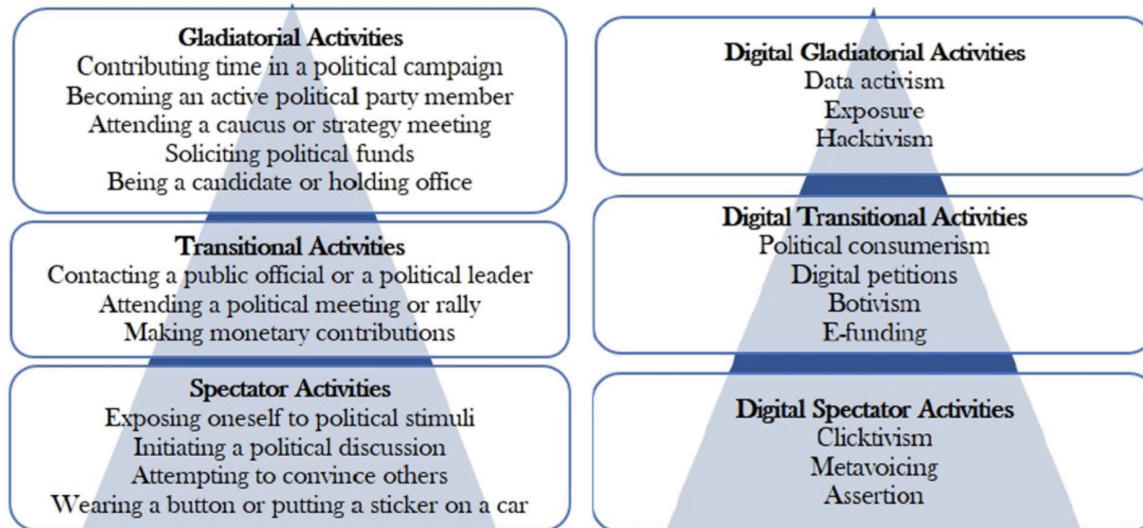
Min andra valda teori, connective action, betonar de sociala nätverkens roll för att underlätta kollektiva åtgärder. Jag tyckte att teorin verkade lämplig när det gällde att analysera en social medieplattform, och kunde inte hitta någon annan adekvat forskning som specifikt berörde TikTok-användarbeteende för den här studien. Digitalt politiskt deltagande definieras, såväl som underlättas, av den decentraliserade sociala och kollaborativa karaktären hos connective action. Denna teori visade sig därför vara effektiv för att undersöka hur användare av just denna app utnyttjade dess funktioner för att mobilisera kring politiska orsaker, frågor, eller händelser. Den kan hjälpa mig att betona alla de kreativa sätt som TikTok-användare uttrycker politiskt avvikande, förespråkande, eller solidaritet på genom multimediam innehåll.

Båda teorierna erkänner den växande rollen av digital teknik, särskilt sociala medier, och nätverksstrukturer för att underlätta politiskt deltagande. Dessutom utvidgar de traditionella föreställningar om politisk aktivitet till att omfatta icke-traditionella former av engagemang, kanske mest framträdande onlineaktivism. När det gäller skillnader mellan de två teorierna så förlänger George & Leidners (2019) ramverk Milbraths klassiska modell för politiskt deltagande, vilken betonar faktorer på individnivå som påverkar politiskt deltagande. Däremot ger Bennett & Segerbergs (2012) teori om connective action istället ett modernare perspektiv baserat på studier om sociala rörelser. Dessutom betonar George & Leidners (2019) ramverk hur teknik påverkar individuella beteenden och deltagandemönster, medan Bennett & Segerbergs (2012) teori

fokuserar på möjligheterna med digitala plattformar för att möjliggöra uppkoppling och mobilisering i nätverk. De två författarparen närmar sig ämnet från olika teoretiska perspektiv, och kan därav betona olika aspekter av fenomenet.

1.6.1 Milbrath's hierarki av politiskt deltagande

Mitt första teoretiska ramverk skapades av statsvetenskapliga professorn Lester Milbrath, då han år 1965 ritade upp en hierarki där han delade in olika typer av politiska aktiviteter i nivåer: åskådar-, övergångs-, och gladiatoriska aktiviteter. Det ger en ram för att förstå de olika sätten på vilka medborgare kan engagera sig i den politiska processen, från relativt passiva handlingar som röstning till mer aktiva och potentiellt upproriska former av deltagande som protest och revolution. I artikeln "From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism" (George & Leidner, 2019) utvidgar författarna ramverket till den digitala dimensionen, då Milbrath's ursprungliga hierarki av politiskt deltagande specifikt gäller traditionella, fysiska former av mobilisering.



I bilderna ovan står Milbrath's fysiska (vänster) och George & Leidners digitala (höger) hierarkier sida vid sida. Författarna ger tio representativa exempel på aktiviteter inom digital aktivism och kategoriserar dem som åskådar-, övergångs-, eller gladiatoriska aktiviteter enligt Milbrath's ursprungliga ramverk. Genom att försöka förstå omfattningen av hur användare på TikTok deltar i politiska aktiviteter runt monetära filter på TikTok, kan vi fördjupa oss i de motiv

som driver deras engagemang. George & Leidners (2019) tio representativa exempel på aktiviteter inom digital aktivism är följande:

Clicktivism: Åtgärder utförda online, som exempelvis att skriva under petitioner eller dela innehåll, för att stödja ett ändamål.

Metavoicing: Användningen av digitala plattformar för att förstärka marginaliserade röster och perspektiv, som exempelvis att en mängd personer sprider innehåll från en individ eller grupp för att öka dess synlighet.

Assertion: Att göra uttalanden eller deklARATIONER online för att förespråka en viss synpunkt eller sak. Detta kan innefatta att man lägger en hashtag i ett inlägg eller ett kommentarsfält, som exempelvis #FreePalestine eller #MeToo.

E-financing: Användning av digitala plattformar för insamlingsinsatser för att stödja sociala ändamål.

Political consumption: Användning av konsumentval för att uttrycka politiska övertygelser eller stödja orsaker, exempelvis bojkottning.

Digital petitions: Att skapa och underteckna petitioner online för att uppmärksamma specifika frågor.

Botivism: Innebär användning av automatiserade program, eller 'bots', för att engagera sig i onlineaktivism.

Data activism: En allmän rörelse för att främja större individuell makt över data som innehas av andra, särskilt data som innehas av stora organisationer och regeringar.

Exposure: Otillåten spridning av konfidentiell information, även beskriven som en 'läcka'.

Hacktivism: Att engagera sig i hackningsaktiviteter för politiska eller sociala syften, såsom cyberattacker eller fördärvning av webbplatser.

Precis som Milbrath's ursprungliga hierarki för politiskt deltagande måste ändras för att passa in i ett digitalt sammanhang, förändrar sociala medier de omständigheter under vilka politisk handling kan uppnås. Författarna förklarar att

It is useful to think of digital action repertoires as part of a virtual toolkit of technology artifacts and activities to be used for social change. [...] Although social media is a popular tool for communication and organization, its ability to create change may be

more limited [...] because social media provides new outlets for very low-level action. (George & Leidner, 2019, s 4).

Dessutom har spridningen av information via onlineplattformar medfört betydande förändringar i hur människor skaffar sig kunskap och åsikter om olika ämnen. Digitalt politiskt deltagande uppvisar alltså olika effekter på deltagarna, beroende på deras nivå av engagemang.

Ytterligare en variabel vi måste ha i åtanke med denna studie är att TikTok är en unik app, på grund av flera funktioner som den erbjuder. Som diskuterat i avsnitt 1 är det dess kortformade videoformat som möjliggör snabb och mångsidig innehållskonsumtion, vilket från början var det som skilde den åt från andra sociala medieplattformar. Dessutom betonar plattformen gemenskap, genom att använda hashtags och utmaningar för att uppmuntra användarnas kreativitet. Användarens startsida – For You-sidan – kan uppdateras närsomhelst, vilket säkerställer att nytt innehåll alltid är tillgängligt att utforska. Den kanske mest utmärkande aspekten av TikTok är dess algoritm, som tillgodoser varje användares individuella intressen och därigenom förbättrar deras upplevelse av innehållet i appen. I avsnitt 1.7.3 kommer jag att diskutera hur TikTok-algoritmerna kan ha påverkat min studie.

Milbraths utökade hierarki tillåter oss att fördjupa oss i den unika uppsättning resurser som TikTok-användare kan komma åt, som kanske inte är tillgängliga för användare av andra sociala medieplattformar. Det är värt att utforska detta ämne ytterligare för att bättre förstå skillnaderna i resurser och fördelar som TikTok-användare besitter. Det ger också ett strukturerat sätt att förstå alla nivåer av digitalt politiskt engagemang. Genom att tillämpa det på samma sätt som George & Leidner (2019) kan jag analysera och kategorisera användare baserat på deras engagemang med de monetära filtren på TikTok. Detta kan hjälpa mig att förstå deltagandemönster och identifiera motiv samt hinder för engagemang.

1.6.2 Connective action

Mitt andra teoretiska ramverk myntades av Bennett & Segerberg, som i sin artikel “The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics” (2012)

skriver om konceptet 'connective action'. Författarna utvecklade begreppet för att beskriva en form av kollektiv handling som underlättas av digitala teknologier, sociala medieplattformar, och nätverkande kommunikationsstrukturer. Det särskiljer traditionella former av politisk mobilisering från den som vi kan se idag på TikTok, där det sker en självorganisering utan centrala aktörer istället för organisering genom formella strukturer. Connective action är särskilt relevant för min studie, då det både kan innefatta aktivism såväl som mobiliserande aktiviteter som inte nödvändigtvis behöver vara politiska. Begreppet beskriver även väldigt väl de aktiviteter som sker på TikTok berörande de monetära filtren för Palestina.

Författarna förklarar att connective action karaktäriseras av personliga handlingsramar – individuella och personliga tolkningar och uttryck av politiska frågor, klagomål, och uppmaningar till handling. De lägger inte lika mycket tyngd på delade idéer och ideal, utan istället förlitar sig connective action på betrodda nätverk, med teknologier som avgörande för att kunna mobilisera och sprida innehåll. Begreppet främjar alltså snarare personliga vägar till samordnade åtgärder, hellre än att underhålla traditionella föreställningar om kollektiva åtgärder som de mest effektiva.

Mot bakgrund av denna teori belyser connective action den betydelse som nätverkad kommunikation har när det kommer till att underlätta mobilisering, oavsett syfte. Som diskuterat tidigare har TikTok unika inneboende egenskaper som går i direkt linje med karaktärsdragen för connective action: decentraliserad, möjliggör bred spridning av innehåll, och främjar bildandet av gemenskaper runt gemensamma intressen tack vare den skräddarsydda algoritmen. Bennett & Segerberg (2012) argumenterar för att dessa egenskaper spelar en avgörande roll för vissa typer av digital mobilisering. Connective action refereras även till i George & Leidners artikel "From Clicktivism to Hacktivism: Understanding Digital Activism" (2019) för att ge insikter i rollen som digital teknik spelar för att underlätta uppkoppling och personliga former av online-engagemang i både politiska och sociala sammanhang.

1.7 Metod

Denna del av uppsatsen avser att reflektera över samt redogöra för mina metodval. Respektive metod har använts för insamling och analys av min empiri. Jag kommer även att motivera metodvalen mot bakgrund av relevant litteratur. Specifikationerna och omfånget för mitt urval av empiri kommer därefter att presenteras under avsnitt 1.7.4.

1.7.1 Observationer som etnografisk metod

Då följande studie har utförts genom att använda en etnografisk metod på en virtuell miljö, bör det dras en distinktion mellan etnografi online och så kallad netnografi. Jag har inte avsiktligt använt några specifikt internetanpassade forskningsmetoder för att studera denna onlinekultur, och därför kan jag inte uttryckligen säga att jag har bedrivit formell netnografi. Netnografins namn är en dubbelhet, och består av orden 'nät' och 'etnografi'. Martin Berg förklarar att etnografi "kan i sin enklaste form definieras som en vetenskaplig praktik där vi tecknar eller skriver om folk, till exempel deras sociala och/eller kulturella liv." (2015, s 10). Mot förståelsen av det begreppet kan vi alltså förstå netnografi som att vi skriver om sociala och kulturella sammanhang på internet. Berg påpekar vidare att "netnografins framväxt är direkt sammanvävd med internets utveckling" (2015, s 55). Här skiljer sig netnografien från etnografien i den bemärkelse att forskningsmetoden är specifikt utformad och specialiserad för att studera miljöer på internet, medan etnografi online hänvisar till immersivt fältarbete där man observerar och deltar i subjektens vardagliga miljö som råkar vara virtuell.

Netnografi har medfört betydande förändringar av tre centrala etnografiska spänningsfält, menar Berg (2015). Det första är den sociala processen på internet, som tidigare sågs som helt avskild från verkligheten. Numera ses medierade interaktioner som en av många liknande umgängesformer i verkligheten, och en lika självklar del av den som fysiska interaktioner. Det andra spänningsfältet är textens centrala men problematiska roll inom netnografien. Det går att diskutera huruvida den oss närmare, eller vilseleder oss från, de vi studerar online med tanke på att vi inte kan ta del av subjektens personligheter och manéer. Sist men inte minst förändrar netnografien rollfördelningen mellan subjekt och forskare. I traditionell etnografisk mening är det självklart vem som begår forskning och vem som blir studerad. Inom netnografi kan den

sistnämnda däremot utmana strukturen vilken forskningen vilar på genom att exempelvis dokumentera, sprida information, och observera forskaren, givet att de vet om att de blir studerade.

I metodkapitlet "Etnografi online" skriver Stina Bengtsson (2011) att förståelsen för kulturer som utvecklats i virtuella miljöer, och de utmaningar dess miljöer skapar för forskning, bäst grundar sig i ett etnografiskt tillvägagångssätt. En av etnografins mest betydelsefulla metoder är observationer, alltså att vara ute på fältet bland deltagarna. I följande studie hedrar jag detta, då jag har samlat in mitt material via icke deltagande observation. Att vara en icke deltagande observatör för att studera en tvådimensionell miljö som TikTok är ett utmärkt metodval för uppsatsområdet. Det finns all möjlighet att surfa runt genom att exempelvis följa intressanta diskussionstrådar i ett kommentarsfält, eller utforska videoklipp under ett filter. Bengtsson (2011) förklarar vidare att valet av studieobjekt måste styra valet av tillvägagångssätt. Den främsta anledningen till att jag ville vara en fluga på väggen i denna studie var att se hur användarna engagerade sig med de monetära filtren för Palestina på TikTok under toppen av deras popularitet. Eftersom deras popularitet nu har minskat avsevärt, var det helt enkelt mer meningsfullt att observera utan att delta.

Bengtsson (2011) utfärdar även en varning om icke deltagande observation, då observationsformen kan göra det svårt för den studerande att förstå kommunikationen och de interna koder som användare inuti kulturen använder. Detta gäller emellertid inte denna studie, då jag spenderar tid på TikTok dagligen och är väl bekant med det språk som används i appen. Bengtsson (2011) poängterar däremot att en av fördelarna med icke deltagande observation är att ditt deltagande inte ändrar gruppen eller aktivitetens förutsättningar. Detta gäller i denna studie, inte bara för att interaktionerna jag har studerat redan har inträffat, utan också för att användare på TikTok inte har något sätt att veta om en specifik användare tittar på samma inlägg som dem i realtid.

För mig som observatör är detta metodval, om än effektivt, aningen riskabelt. Bengtsson påpekar att en viktig aspekt när man studerar en kultur som ingår i sitt vardagsliv är att "låta sin forskarblick frigöra sig från den vardagliga blicken, och försöka se den vardagliga miljön med

nya ögon.” (2011, s 125). Den här uppsatsen har skrivits inom en tidsram på fyra månader, och det har varit enormt viktigt för mig att ha ett tydligt tema i mina observationer för att undvika svepande beskrivningar och ostrukturerade iakttagelser. Jag utvecklade ett tydligt mål för min forskning, och vilka aspekter av detta fenomen som intresserade mig mest. Därefter fokuserade jag mina observationer på dessa aspekter, samtidigt som jag dokumenterade mina observationer och antecknade. Anteckningarna bestod av beskrivningar av olika typer av användarinteraktioner – hur filterskapare och filteranvändare ramade in sina budskap av motivation att använda filtren, ensidigt och dialogiskt engagemang i kommentarsfälten, samt andra tekniska specifikationer som kan ha påverkat spridningen och användningen av filtren.

1.7.2 Kvalitativ innehållsanalys som analysmetod

Enligt Krippendorffs bok “Content analysis: an introduction to its methodology” kan denna metod beskrivas som “a systemic reading of a body of texts, images, and symbolic matter.” (2013, s 10). Den appliceras alltså bäst när en studie kräver systematisk analys av diverse former av kommunikation, såsom text, videoklipp, bilder etcetera för att identifiera mönster och mening i datan. Under mina undersökningar på TikTok stötte jag på en betydande mängd innehåll av den karaktären. Det är viktigt att tänka på att TikTok är en kommersiell plattform som syftar till att generera intäkter, och öka användartrafik genom uppmuntra användare till att dela personlig information. Med tanke på den begränsade tidsramen för min studie, behövde jag avstå från att samla på mig överflödigt material. Men, som påpekats av Bengtsson (2011), kan den kommersiella karaktären hos sådana plattformar visa sig vara fördelaktiga för forskare och erbjuda ett brett utbud av material, inklusive bilder, videor och diskussionstrådar.

Tillgången till olika former av informationsspridning ger oss, förutom gott om forskningsmaterial, skäl att iaktta försiktighet när vi hanterar vår empiri. Bengtsson (2011) framhåller att bara för att informationen är tillgänglig behöver det inte betyda att individen som sprider den är sanningsenlig eller fullt ut förstår dess implikationer, givet att vem som helst kan komma åt och distribuera den. Detta är visserligen relevant för denna studie. Däremot är syftet med mina observationer inte att fördjupa mig i deltagarnas moraliska världar, eller att ifrågasätta de påståenden de har gjort online. Ändå kvarstår faktum att min observation av användarna på

TikTok sker utan deras samtycke – ett särskilt bekvämt tillvägagångssätt som är lätt att implementera på många sociala medieplattformar då jag, som enbart observatör, inte är synlig för dem som deltar. Emellertid fann jag det överflödigt att be om samtycke från individer online eftersom det är opraktiskt att få tillstånd från hela internet. Dessutom är datan jag avser använda redan allmänt tillgänglig. Därför menar Bengtsson (2011) att samma etiska principer gäller för onlinevärlden som i alla andra fält. Allt forskningsmaterial som samlats in från TikTok har alltså anonymiserats för studiens syften, med undantag för två offentliga personer som använt filtren, samt kreatörerna av filtren. De datapunkter jag refererar till i analysdelen kommer att finnas kvar på internet under lång tid, offentliga för allmänheten. Då internet har blivit en högst integrerad del av vår fysiska värld under det senaste decenniet, är det snarare de medietekniska aspekterna hellre än de etiska som skiljer internet och verkligheten åt i forskningssammanhang.

1.7.3 Hur algoritmer påverkat studien

De som vistas på TikTok är alltid under influens av appens algoritm. Den stora majoriteten av användaraktiviteter på TikTok sker på sidan For You, som kan beskrivas som appens startsida. Enligt TikTok's hjälpcenter (2024) är For You "ett personligt flöde av videor baserat på dina intressen och engagemang. For You-flödet är det första flödet du ser när du öppnar TikTok. Ju mer du använder TikTok, desto bättre blir For You-flödet på att rekommendera videor och hitta kreatörer som du älskar." Faktorer som avgör innehållet i ditt personliga flöde är bland annat videons popularitet i ditt land, din interaktion med liknande videor, nyligen uppladdade videor, och om du följer kreatören i fråga. Alla dessa faktorer plockas upp av TikTok's algoritm, som sedan använder matematiska procedurer för att bearbeta data och presentera utdata i olika former.

Detta har naturligtvis vissa konsekvenser för min studie. Jag använder själv TikTok ofta, och precis som alla andra användare kommer vi att vara mer eller mindre exponerade för vissa typer av innehåll – till exempel monetära filter för Palestina. Man kan ha ett mycket liknande For You-flöde som sina kamrater, med den enda skillnaden att ens kamrater aldrig har stött på, eller interagerat med, ett sådant filter. Sociologiprofessor Simon Lindgren skriver i "Digital Media & Society" att

Vi förlitar oss på sökmotorer för att navigera i massiva informationsdatabaser, eller hela webben, och i denna process hjälper algoritmer oss att välja vilken information som är viktig för oss. När de gör sitt arbete framhäver algoritmer vissa delar av världen samtidigt som de döljer andra. (2019, s 220).

Dessa filter varit väldigt vanliga på min egen For You, eftersom jag har interagerat med dem. Därför är det viktigt att notera att mina egna engagemangsmönster på TikTok ligger till grund för genomförandet av denna studie. Detta betyder också att det finns delar av detta fenomen som min algoritm inte visar mig. Lindgren (2017) påpekar att det är viktigt att vara kritisk gentemot mjukvara och algoritmer, även om de har en viss auktoritet som kan kännas svår att motsäga. Vi vet att algoritmer selektivt sätter ihop vår förstasida på YouTube – ändå kan det kännas naturligt att uppfatta den som den enda förstasidan. Algoritmer är konstruerade, snarare än objektiva och exakta – vi måste alltid ha detta i åtanke när vi rör oss på internet.

Då objektivitet i denna studie stundtals kan vara svårt att uppnå, är transparens desto viktigare. Empirin i studien utgörs av datapunkter från TikTok – tagna från kommentarsfält och inlägg – som sticker ut för mig, och även har relevans för min forskningsfråga. Att studera så kallat ovanligt material i användarinteraktioner runt monetära filter för Palestina, istället för så kallat vanligt sådant, kan förhoppningsvis göra min studie mer komplex. Medan konventionell forskning ofta fokuserar på mer vanligt förekommande företeelser, kan en fördjupning i osedvanlig data ge värdefulla insikter och bidra till en mer nyanserad förståelse av detta sociala fenomen. Jag har försökt gottgöra problemet med objektivitet genom omfattande fältforskning och material, och är säker på att min data återspeglar en värdig och rättvis representation av användares interaktioner runt de monetära filtren för Palestina.

1.7.4 Empiri och urval

Det empiriska urvalet i denna studie består av två monetära TikTok-filter till förmån för Palestina. De två filtren jag valde att analysera är *Filter for Good*, skapad av Jourdan Johnson (@xojourdanjohnson), och *Donate for Palestine* av @mzfl vars juridiska namn är okänt. Jag valde dem eftersom de är de populäraste monetära filtren för Palestina på TikTok. Populariteten

för dessa filter baseras på antalet kvalificerade inlägg som använder filtren. I skrivande stund har *Filter For Good* 11,4 miljoner inlägg medan *Donate for Palestine* har 918,000.

Fördelen med de filter jag valde att observera är att de, av alla monetära filter som publicerats på appen, troligen gav mig den bredaste och mest korrekta bilden av typerna av engagemang. Nackdelen med valen är att mängden innehåll under dessa filter – inlägg, videosvar, kommentarer och diskussionstrådar – gör appen övermättad med information. Därför kan jag ha missat material som skulle kunna berika min studie. För att minska denna risk satte jag en gräns för mig själv att granska minst 100 videos under varje filter, och titta på kommentarerna tillräckligt långt ner tills de inte längre hade fått något engagemang i form av svar och/eller gillningar. Resultatet blev att jag tittade på 100 videor under *Filter for Good* och 270 videor under *Donate for Palestine*, det vill säga 370 videor totalt. Granskningen av materialet har visat sig hanterbar, och jag anser att de datapunkter jag extraherat kommer att vara värdefulla och adekvata.

Observationerna tog olika lång tid beroende på vilket filter jag studerade. Båda tog under en timme, men minst tjugo minuter och hundra videor ägnades åt varje. Skillnaden i tid beror bland annat på hur stort engagemang det fanns att analysera i inläggen under respektive filter. *Donate for Palestine*, som inte hade lika mycket engagemang under sina inlägg som *Filter for Good*, fick alltså mindre tid. Med det sagt tog det kortare tid att kolla igenom videor under det mindre populära filtret på grund av den mindre nivån engagemang, vilket i resulterade i att jag såg på fler videor från *Donate for Palestine* för att förhindra att materialet blev enformigt.

Jag valde ut varje datapunkt personligen. Efter att ha utfört mina observationer tittade jag igenom de dokumenterade observationerna för varje filter. Därefter valde jag ut interaktioner jag tyckte var intressanta, provocerande, ovanliga – allt som stack ut från det överflöd av kommentarer som stödde Palestina. Jag valde ut den typen av material för att jag ville se bredden av typen av politiskt engagemang som kan förekomma. Att studera de mer ovanliga händelserna kan avslöja dolda mönster eller framväxande trender som kanske inte är direkt uppenbara när man enbart fokuserar på de vanligare händelserna. Det är också intressant att se hur olika faktorer som transparens, filtrets popularitet, et cetera påverkar vilken typ av engagemang inläggen får.

Användarna som förekommer i datapunkterna har anonymiserats, och innehållet kommer att återges i textform med undantag för filtrens kreatörer och två offentliga personer.

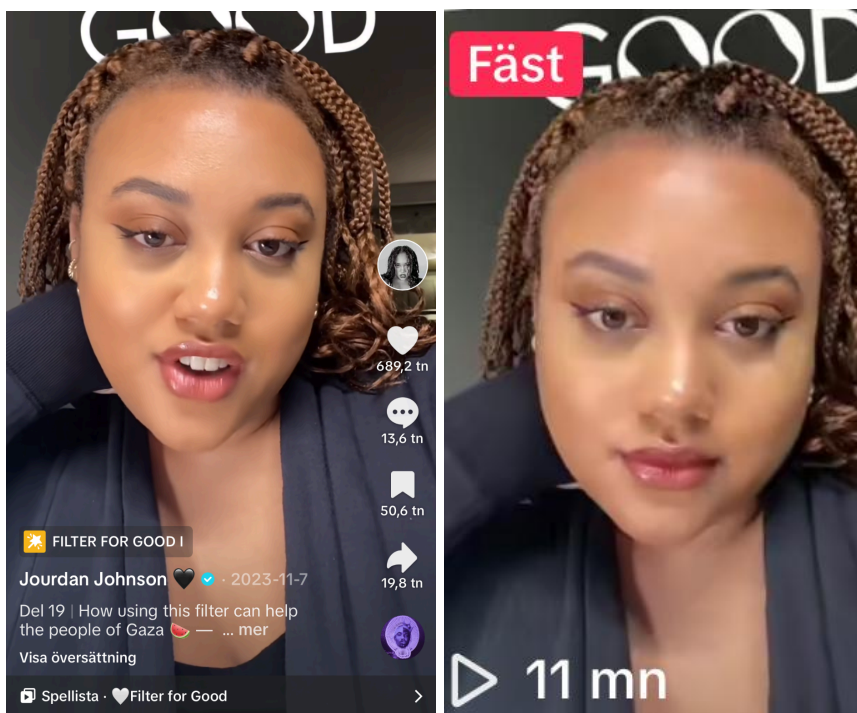
Det empiriska materialet är kvalitativt, och kan inte på något sätt anses representera majoriteten av användarna på TikTok. Som sådant bör materialet förstås som många användares reaktioner, uppfattningar om, och motiv för att engagera sig eller inte i dessa filter. Inom ramen för studiens omfattning bedöms materialet vara tillräckligt för att kunna besvara frågan och bidra till en ökad förståelse för studieområdet. Hade jag möjlighet till en större studie hade jag velat göra intervjuer med användare av dessa filter. Jag hade också velat göra ytterligare ansträngningar för att analysera hur andra aspekter, till exempel välgörenhet, och aktivism möts i denna form av social handling på TikTok.

2. Analys

2.1 Typer av digitalt politiskt deltagande på TikTok

Följande avsnitt behandlar min första frågeställning, och är en inblick i de typer av politiskt engagemang som TikTok-användarna ägnar sig åt under de monetära filter som studien berör. Under mina ickedeltagande observationer på TikTok har jag hittat 4 olika former av politiskt engagemang – clicktivism, förstärkandet av marginaliserade röster, uppmaningar till handling, och e-finansiering. Datapunkterna kommer i huvudsak att analyseras utifrån den anpassade Milbrath's hierarki av politiskt deltagande (George & Leidner, 2019), samt relevant tidigare forskning.

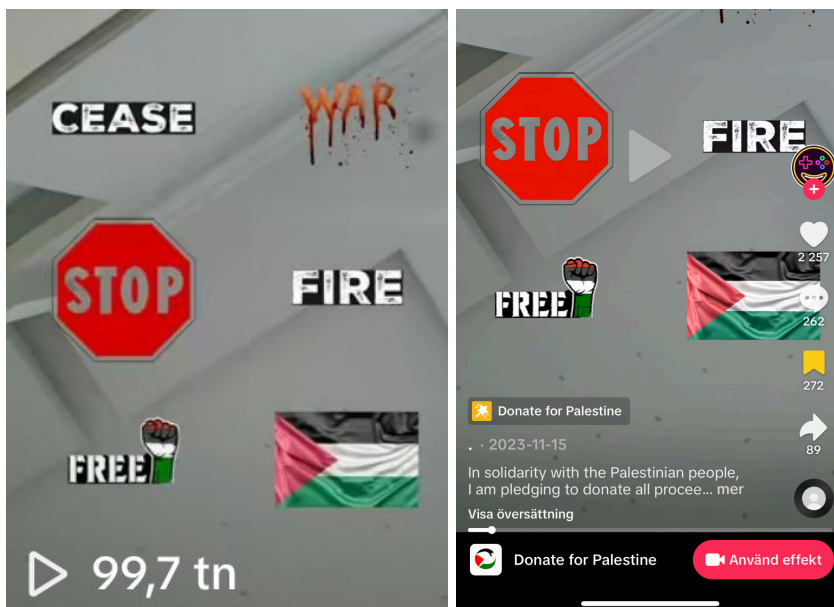
2.1.1 Clicktivism



Datapunkterna ovan är båda tagna från Jourdan Johnsons första inlägg på TikTok som förespråkade *Filter for Good* (2023). I videon informerar Johnson publiken om hur hon skapade filtret för att samla in pengar, som hon avser donera till välgörenhetsorganisationer som tillhandahåller humanitärt bistånd till det palestinska territoriet Gaza. Hon fortsätter sedan med

att förklara de tekniska specifikationerna för filtret, till exempel det minsta antalet kvalificerade inlägg som behövs för att börja tjäna intäkter på filtret (Johnson, 2023). Som det första filtret av sin sort fick det enorm slagkraft. Alla TikTok-användare som inte omfattas av några geografiska internetrestriktioner kan använda det, och många ansåg troligen att det var av stor vikt att filtret nådde fler användare vid den tidpunkten – därav det stora antalet gillamarkeringar och delningar. Johnson (2023) betonar vidare hur lite ansträngning åtgärden kräver, och att människor nu kan donera till ett humanitärt ändamål utan att ha ekonomiska förutsättningar.

Filtret var populärt inte bara för sin originalitet, utan också på grund av Johnsons (2023) transparens som kreatör. Hon uppdaterade ofta sina följare om inkomstberäkningen för filtret, påminde dem om hur det fungerade, och dokumenterade när hon donerade \$14,000 till de välgörenhetsorganisationer och humanitära initiativ hon valt ut – pengar som ackumulerats enbart från det monetära filtret. Som Zuckerman (2013) påpekar är intersektionen av populärkultur, sociala medier, och politiskt deltagande en intressant inblick i hur kulturella referenser och onlinetrender kan forma politisk diskurs och mobilisera stora publikker för förändring.



Datapunkterna ovan är nu tagna från kreatören @mzfl's första inlägg på TikTok som förespråkade det andra filtret i vår analys, *Donate to Palestine* (2023). Som bilderna återger är detta filter inte lika populärt som *Filter for Good*. Originalinlägget ha betydligt lägre siffror, men

filtret har ändå använts över 900,000 gånger. Däremot har @mzfl, så vitt jag har sett i min studie, inte gjort några vidare ansträngningar för att öka donationsprocessens transparens, kredibilitet, eller klarhet. Det finns inget ansikte kopplat till kontot, och det finns inte heller några uppdateringar om donationer eller ackumulerade intäkter. Det är möjligt att kreatören helt enkelt har slutat marknadsföra filtret, om filtrets giltighetsperiod för intäkter löpte ut innan det kunde få tillräckligt med kvalificerade inlägg. Oavsett var intäkterna tog vägen, belyser detta en tankeväckande händelse där en kreatör till synes överger ett digitalt politiskt initiativ efter att ha försökt förespråka den – antingen på grund av bristande engagemang eller oärlighet. Man kan hävda att detta inte är lika troligt att hända i traditionella politiska mobiliseringar, eftersom dess anhängare vanligtvis är tydligare definierade och förknippade med en organisation av något slag.

Antalet personer som gillat, sparat, och tittat på Johnson och @mzfl's (2023) videor representerar miljontals handlingar av vad George & Leidner (2019) kallar clicktivism – åtgärder utförda online, som exempelvis att skriva under petitioner eller dela innehåll, för att stödja ett ändamål. Författarna förklarar att åskådaraktiviteter i samband med politiskt deltagande online "form the greatest volume of actions in digital activism [...] Nearly two thirds of social media users have participated in social media politics at some point." (2019, s 7). Författarna hävdar vidare att clicktivism är en av de lägsta former av digitalt engagemang, eftersom det är obindande och opersonligt. Gillningar och delningar initierar inte några verkliga åtgärder i sig själva. Dock kan en stor volym av dem ge legitimitet och auktoritet till ett digitalt initiativ. Jenkins (2013) verkar dela samma synsätt, då han hävdar att mindre aktiva former av deltagande online också involverar betydande arbetskraft som potentiellt kan ge värde till annat innehåll.

Jag håller emellertid med påståendet från George & Leidner (2019) att en stor mängd uppmärksamhet för ett inlägg kan ge det värde för andra politiska ändamål. Viralitet är ombytligt och slår nästan alltid till oväntat. Även om faktorer som goda ändamål, underhållning, och enkel spridning bidrar till viralitet, är de specifika skälen till framgång fortfarande svårfångade. De involverar förmodligen en del tur i att hitta rätt nätverksstruktur som kommer att ta emot innehållet väl. När något blir viralt så är det i princip ostoppbart, varpå det är självklart att fenomenet till slut kommer märkas av. Inför viralitet betar sig dessutom publiker ofta som en

stor, sammanhängande massa – om flera av dina vänner gör något är det större sannolikhet att du också gör det, än om det bara vore en.

2.1.2 Förstärkande av marginaliserade röster



I datapunkterna som refereras till ovan syns två offentliga personer som använder Johnsons *Filter for Good*; norska sångerskan Aurora Aksnes och svenska influencern Felicia Aveklew (2023). Att använda digitala plattformar för att förstärka marginaliserade perspektiv genom att dela vidare och sprida innehåll, är en annan vanlig politisk aktivitet som återfinns i datapunkterna. Detta gäller dock bara *Filter for Good*, då jag inte hittade liknande datapunkter under *Donate for Palestine*. Filtrens livscykel avgörs i stor utsträckning av hur många som delar det på sina egna profiler. Det kan innebära att denna aktivitet är vanligare med digitala politiska initiativ som har större räckvidd och fler deltagare. Denna form av deltagande är fortfarande lågt ner i Milbrath's digitala hierarki (2019), men signalerar en något högre grad av engagemang, då delning eller återpublicering av politiskt material direkt kopplar användaren till budskapet. Att kommentera är dessutom en form av originellt innehållsskapande, och kan eventuellt ha samma slagkraft som ett väl formulerat och riktat politiskt uttalande.

George & Leidner skriver om begreppet metavoicing; en digital politisk åskådaraktivitet som innefattar "sharing, retweeting, reposting, and commenting on a social media post created by another. [...] reinforces ideas, values, and information through reactions to others." (2019, s 7). Författarna pekar även på offentliga personers roll i metavoicing. Om användarnas sociala nätverk är stora kommer inte bara meddelanden att gå längre, utan det finns en större chans att en influencer är en del av det nätverket. Individer med särskild auktoritet i sociala nätverk är viktiga i detta avseende. Om en influencer stöder något är det mer sannolikt att deras följare också stöder det. Aurora Aksnes och Felicia Aweklew (2023) bidrog sannolikt till filtrets popularitet i Norden. Även om Reicherts (2021) studie inte innefattade offentliga personer specifikt, kan det ändå ha en positiv påverkan på TikTok- användares uppfattning av politiskt engagemang både online och offline, om en offentlig person de tycker om också engagerar sig på samma vis.

2.1.3 Uppmaningar till handling

ISrael has now k*//€d more ppl than it did in the original Nakba. This is happening because they think we will give up. This version of 🇵🇸🍉 is so touching. No matter what happens, I spend the rest of my life taking every chance to pun!sh ISRL. I will mention this at all times. #freepalestine

You don't have to be muslim to support 🇵🇸 you just have to be human. Use it now! Help people, young, old, children, babies.

“Jag vet inte hur jag kan hjälpa dom i palestina 🇵🇸” pengarna från detta filter går till barnen i palestina det tar 5 sekunder! lägg upp en video när du använder filtret (den kan vara privat)

Dessa datapunkter är tagna av användare som lade upp originalvideor på sig själva, både från *Filter for Good* och *Donate for Palestine*, som främjar användningen av filtren och söker öka tittarnas engagemang. Vissa användare censurerade även sin text för att undvika risken att innehållet blir borttaget eller rapporterat. Det primära syftet med dessa videor verkar vara att informera användarnas nätverk om ändamålet för filtren och uppmuntra andra att stödja det.

George & Leidner uppger att ‘assertion’ är den sista och tredje åskådaraktiviteten. Det beskrivs som “social media content creation. It informs others via video, audio, image, or text media.”

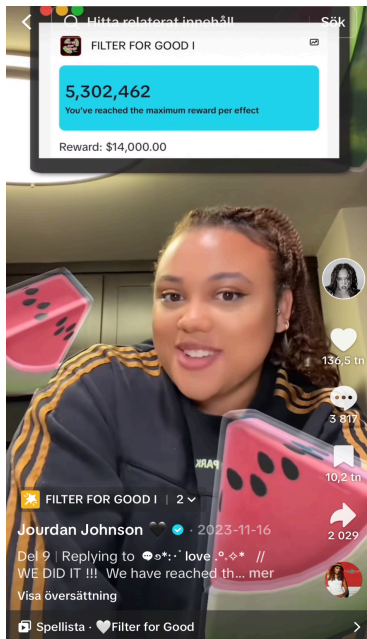
(2019, s 8). Det innebär uttalanden eller deklamationer online för att förespråka en viss synpunkt. Milbraths utökade ram för politiskt deltagande identifierar assertions som den åskådaraktivitet som har den högsta nivån av engagemang, samtidigt som färre användare lägger tid på den (George & Leidner, 2019). Detta kan bero på att många inte har den förmåga eller kunskap som krävs för att utnyttja sociala mediers publicitetspotential.

Jag håller med om påståendet ovan. Sociala medieplattformar drivs av komplexa matematiska formler, det vill säga algoritmer, som avgör vilket innehåll som ska visas för vilken användare. Engagemangsmått, relevans, geografiskt läge, et cetera, spelar alla en roll i denna process. Även när man vet om detta kan det fortfarande vara svårt att förstå hur algoritmen sällar igenom alla dessa variabler, eller vilket innehåll som mottas bäst för olika demografier. Det finns en betydande skillnad mellan att lägga upp innehåll, och att optimera det för att öka chanserna att ses av en större publik. Det senare kräver ett strategiskt tillvägagångssätt som både överensstämmer med skaparens mål och resonerar med rätt målgrupp. Många komplementära hjälpmedel är pådrivande i denna process, och inkluderar ofta relevanta hashtags, korsmarknadsföring på andra sociala medieplattformar, samarbeten med offentliga personer eller kreatörer, och en kontinuerlig närvaro online.

Det som dessutom gör saker och ting svårare är att viralitet, som tidigare diskuterat i avsnitt 2.1.1, ofta kräver lika mycket tur som strategi. Marknadsföring av innehåll går alltså långt utöver att trycka på 'publicera'-knappen. Zuckerman (2013) föreslår att det högsta hindret för sociala medier som politiskt verktyg skulle kunna vara mänsklig uppmärksamhetsförmåga:

While access to social media tools provides the ability to publish content, it does not guarantee that anyone will pay attention to the content in question. As more activists become proficient in the use of social media tools to spread their ideas, it becomes more difficult for content to reach a broad audience as the competition for attention increases. (2013, s 20).

2.1.4 E-finansiering



Enligt min data hittills är majoriteten av det politiska deltagandet på TikTok, angående monetära filter, begränsat till åtgärder med låg ansträngning. Undantaget från detta verkar vara de mer proaktiva användarna som skapar sina egna filter. Bilden ovan föreställer ett inlägg av Jourdan Johnson (2023) där hon meddelar sina följare att de har uppnått den maximala mängden intäkter för *Filter for Good*, med cirka 5,3 miljoner kvalificerade användningar och \$14,000 på mindre än två veckor.

Grunden för monetära filter som politisk aktivitet är deras e-finansieringsaspekt, enligt Milbraths hierarki av politiskt deltagande. För att e-finansiering ska lyckas krävs villiga bidragsgivare – men för oss gäller inte det i traditionell mening. Användarna på TikTok måste bidra, men genom TikToks Effect Creator-program betalas filtrens intäkter ut av plattformen, inte individer. Sedan lanseringen har TikTok dessutom sänkt sina hinder för tillträde till belöningsprogrammet, vilket gör att fler kreatörer kan tjäna pengar på sina skapelser. Det betyder att användare som stöter på dessa filter och önskar delta inte behöver några ekonomiska resurser alls för att göra det.

Färre ekonomiska restriktioner för villiga deltagare innebär däremot inte att kreatörerna av initiativet behöver anstränga sig mindre. Åtminstone när det kommer till TikTok krävs en del gratisarbete till plattformens förmån för att filtret ska börja tjäna pengar. Detta inkluderar att

skapa filtret, marknadsföra det, och uppfylla inträdeskraven på minst 10,000 följare och minst 100,000 visningar på sina inlägg under de senaste 30 dagarna (TikTok, 2024). Om filtret inte får 100,000 kvalificerade inlägg inom 90 dagar efter publiceringen, är alla ansträngningar dessutom bortkastade och processen nollställs. I framtiden skulle mediekonglomerat kunna försöka tjäna pengar på de politiska aspekterna av e-finansiering genom att etablera plattformsspecifika välgörenhetstjänster, liknande Facebooks egna välgörenhetsorganisationer (Facebook, 2024) där användare kan skapa kapitalfonder på sina födelsedagar. Men när det kommer till politiskt känsliga ämnen, såsom den pågående konflikten mellan Israel och Hamas, kan framtida politiska e-finansieringsinitiativ påverkas av mediaföretagens försök att förbli opartisk, skydda sina tillgångar, eller utöva mer kontroll över vart deras medel går.

I onlineutrymmen klassificeras e-finansiering av George & Leidner som en politisk övergångsaktivitet. Det är ett steg över åskådarskapet och "in terms of digital activism [...] using technology to provide revenue for a cause." (2019, s 9). Enligt författarna har de flesta e-finansieringsinitiativ en liten potentiell inverkan på politiska mål, eftersom stora donationer ofta hanteras individuellt. Författarna menar att de resurser som krävs för e-finansiering är medelstora, eftersom deltagarna måste ha ekonomiska möjligheter att agera. Men som jag nämnde i föregående stycke gäller detta inte här; vem som helst kan agera på TikTok, så länge de inte är föremål för georestriktioner på internet.

Enligt George och Leidner (2019) påverkar digitala politiska övergångsaktiviteter deltagarna att ta ett lite mer proaktivt förhållningssätt. Engagemang sig i, eller exponering för, lägre former av påverkansarbete kan stimulera kritiskt tänkande, beslutsfattande och reflektion runt användarens värderingar och övertygelser. Dessa behöver inte bara relateras till politiska frågor, utan också till typen av deltagande och dess effektivitet. Det faktum att vissa monetära filter, som *Filter for Good*, kan donera stora summor pengar utan praktiskt taget några inträdesbarriärer för villiga deltagare kan ge individer makt, och tillåta dem att vidta mer konkreta åtgärder än de skulle göra som åskådare. George och Leidner (2019) hävdar också att en större känsla av medverkan kan leda till beteendeförändringar hos deltagarna, vilket gör att de eventuellt vill engagera sig politiskt utanför onlineforum.

2.2 Användarnas kommunikation och mobilisering runt monetära filter

Bennett och Segerberg (2012) föreslår att connective action bygger på personligt engagemang i politiska frågor, genom att utnyttja sociala medier och teknologi för att mobilisera och dela information effektivt. Till skillnad från traditionell politisk mobilisering, prioriterar den individuella vägar till kollektiva åtgärder framför delade övertygelser. Zuckerman (2013) lyfter fram begreppet "latent kapacitet" för aktivism bland icke-politiska användare av bloggar, sociala medier och plattformar för videodelning. Denna latent kapacitet hänvisar till vardagliga användares potential att engagera sig i aktivism när de inspireras av ett visst ändamål. Således kan de utnyttja sin redan existerande publik av vänner och följare för att skapa och sprida aktivistiskt innehåll. Även Jenkins hävdar att på de plattformar där användare har större kontroll över mediaspridning, till exempel sociala medier, är de mer sannolika att fördjupa sitt engagemang genom:

Actively seeking out and comparing media on important issues, through search engines, recommendations, video on demand, interactive program guides, news feeds, and niche sites. This is placing pressure on many makers to convert their content so that it's not only accessible across an array of platforms and devices, but properly formatted and tagged so that it is more likely to be discovered. (2013, s 170).


2.2.1 Filter for Good

Den kommande delen av analysen avser att, genom ramen för connective action, behandla min andra och tredje frågeställning gällande vilken roll TikTok spelar för att underlätta politisk mobilisering, samt hur användare utnyttjar TikTok för att organisera, samarbeta, och förstärka sina röster runt politiska frågor. Detta görs genom att fördjupa sig i kommunikations- och mobiliseringsstrategierna som används av TikTok-användare i relation till de två monetära filtren jag undersökte: *Filter for Good* och *Donate for Palestine*. Datan kommer att granskas med fokus på connective action och teorins nyckelegenskaper. Varje filter kommer att bedömas oberoende för att understryka skillnaderna i kommunikations- och mobiliseringsstrategier förknippade med dem, och alla citat är skrivna på sitt originalspråk.

2.2.1.1 Personliga handlingsramar

heil Israel

Tänk på att Palestina gick in i Israel först och dödade massa folk i random hus helt utan anledning och därför bombar Israel Palestina

Asså alla som är på Palestinas sida inser att ni stöttar en terroristgrupp va? Jag är på Isarels sida men på det oskyldiga folket i Gaza! Free 

Citaten ovan är datapunkter från kommentarsfält under videor som använde filtret, och är presenterade på sina originalspråk. Under *Filter for Good* hade användare som uttryckte pro-israeliska åsikter en anmärkningsvärd närvaro. Många kommentarer uttryckte stöd för Israel, bland annat genom att använda fraser som "Heil Israel", och emojis av den israeliska flaggan samt den judiska davidsstjärnan. Vissa användare motiverade sitt stöd för Israel med att argumentera om vem som startade konflikten, till exempel att hävda att Palestina bombade Israel först, eller genom att förtydliga den palestinska gruppen Hamas status som en terroristgrupp. Detta likställer att använda filtret med att stödja terrorism.

Det är möjligt att motståndet mot filtret berodde på dess nyhet, vilket ledde till reflexreaktioner från användare som var ideologiskt motsatta. Dessutom fann jag inga några originalvideor med filtret gjorda av uttryckligen pro-israeliska användare – en sådan förekomst skulle vara osannolik. Användarna som kommenterade under dessa videor uttryckte sina personliga åsikter på ett mycket politiskt sätt och använde ofta kommentarsfältet som en plattform för att provocera andra.

Digitala medieplattformar hjälper till att personifiera kontroversiell politik på en mängd olika sätt, enligt Bennett och Segerberg (2012). Ett av sätten är genom så kallade personliga handlingsramar, som gör det möjligt för användare att skapa och dela sina tolkningar av politiska ämnen, uppmaningar, och perspektiv, och därigenom personifiera sitt politiska engagemang. De representerar alltså helt individuella perspektiv som sprids via sociala medier och bygger på interaktiva processer för att förvärva, forma och dela teman mellan individer inom kommunikationsnätverk. Personliga handlingsramar är viktiga för att mobilisera människor

online för en mängd olika syften. Framför allt kan de ses som engagemangskatalysatorer, som uppmuntrar människor att engagera sig i aktivism baserat på deras förståelse av politiska frågor. Det är främst på detta vis som connective action skiljer sig från traditionella former av mobilisering. Traditionella syftar till att främja solidaritet, medan till exempel personliga handlingsramar skapar individuella vägar till handling.

2.2.1.2 TikTok som kommunikationsnätverk

Are we certain the money goes to the right place, if so I will use it but if not it might be used for worse things

Please stop this trend. The money you're raising goes to Hamas and not the people so they could buy more weapons and more rockets to kill us.

All kärlek t barnen i Palestina men hallå? Afghanistan då? Barnen i Afghanistan måste jobba själva å ibland får dom inte ens nått å svälter

Ett stort antal användare kommunicerade en oro över donationsprocessens transparens, främst i kommentarsfälten under videor som använde filtret. Många ifrågasatte om filtrets skapare skulle donera pengarna till behövande eller om de skulle avledas till andra ändamål. Därtill ifrågasatte många användare varför fokus enbart låg på Palestina, när andra konfliktområden och humanitära kriser runt om i världen förtjänar lika stor uppmärksamhet. Det verkade också finnas en påtaglig rädsla bland användarna att de insamlade medlen oavsiktligt skulle gynna Hamas, eller förvärra konflikten – se exempel i datapunkterna ovan.

Bevisligen fungerar TikTok-kommentarsfältet som ett forum för kritisk diskussion om e-finansieringsmetodens effektivitet och trovärdighet. Datapunkterna visade att användare besatt en viss förståelse för komplexiteten i Israel-Hamas-konflikten, där alla former av bistånd riskerar att politiseras och beväpnas av olika grupper. Kommentarererna tog upp bredare frågor om välgörenhetsetiken och internationellt bistånd, medan den generella skepsisen speglar en bredare trend på nätet där människor i allt högre grad kräver ansvar och öppenhet från dem som påstår sig stödja humanitära ändamål.

Sociala medieplattformar, till exempel TikTok, har blivit kommunikationsnätverk som tillåter människor att ansluta, dela information, och delta i konversationer online. När det kommer till politik drar användarna fördel av dessa plattformar för att delta i connective action genom att dela sina unika perspektiv. Personliga handlingsramar fokuserar därmed på att låta individer delta baserat på deras förståelse av frågorna, medan många användare använder kommentarsektionen för att engagera sig i kritisk diskurs. Således menar Bennett & Segerberg (2012) att liknande kommunikationsnätverk inte bara är byggstenar för kollektivt agerande, utan också organisatoriska strukturer som kan sträcka sig bortom enskilda organisationer och individer.

2.2.2 Donate for Palestine

2.2.2.1 Organisatoriska principer på TikTok

You can donate through www.uwt.org or www.dropletsofmercy.org. If u cannot donate, use the filters (like the one in the video), boost videos calling for a ceasefire and continue educating yourself whenever u can ❤️!!

bundle of filters to use for Palestine, Congo and Syria!! comment if i missed any

TikToks nätverksstrukturer är decentraliserade, vilket gör det bekvämare för individer och små grupper att självorganisera och samarbeta, samt kommunicera utan strikt hierarkisk kontroll – funktioner som är viktiga för connective action (Bennett & Segerberg, 2012). Därför kan plattformen användas på olika sätt för att uppmuntra en stor grupp individer att agera kollektivt. Filtret *Donate for Palestine* var mindre populärt än *Filter for Good*, med drygt 900,000 kvalificerade inlägg. Som ett resultat var användarnas beteende något annorlunda, med färre skeptiker eller ideologiskt motsatta användare. Istället var ansträngningar för samarbeten och personliga samtal mer vanligt förekommande.

Det var vanligt att deltagarna 'boostade' filtret – det vill säga interagerade med inlägg som använde det genom att kommentera, gilla, och dela, med huvudsyftet att stimulera algoritmen att visa liknande material i fler For You-flöden. Flera gånger visade datapunkterna också att användare staplade filter ovanpå varandra, det vill säga använde flera samtidigt, i samma video.

Detta var både för att gynna samtliga filter, såväl som en organisatorisk taktik för att hjälpa andra att hitta dem. Dessutom delade användare tips för att maximera synligheten för pro-palestinskt innehåll. Användare lyfte också fram vikten av att leda webbbtrafik till kreatörer genom att dela deras originella innehåll. Det illustrerar ett försök att strategiskt använda TikToks plattformsdynamik för att maximera inläggens synlighet. Många införlivade också personliga kommentarer och intressen i sitt pro-Palestinska innehåll. Oavsett om de diskuterade politik eller inte, integrerade användarna sömlöst uppmaningar till stöd för Palestina i deras bredare sammanhang, vilket återspeglar den flytande och mångsidiga karaktären hos organiseringsmetoder på TikTok.

Organisatoriska och kollaborativa tillvägagångssätt kan i hög grad underlätta resursdelning i politiska syften online. Detta, i sin tur, gör det möjligt för användare att organisera och förstärka sin kollektiva inverkan. Dessa organisationer involverar många deltagare och onlineutrymmen, vilket möjliggör olika former av engagemang och interaktion. Dessutom hävdar Bennett & Segerberg (2012) att

While these networks are a form of organization in their own right, they are often difficult to understand and more difficult to analyze because they do not behave like formal organizations. Most formal organizations are centralized (eg, located in physical space), hierarchical, bounded by mission and territory [...] In contrast, many of today's [...] networks are relatively decentralized [...] in the sense of crossing both geographic and issue boundaries, and dynamic in terms of the changing demographics that may opt in and out of games as different engagement opportunities are presented. (2012, s 759).

I huvudsak har de unika egenskaperna hos sociala medieplattformar potential att underlätta politiskt engagemang bortom gränserna för traditionella organisationsstrukturer.

2.2.2.2 Utnyttjandet av anpassade samordningsplattformar för social handling

use this filter, you can post privately to help Palestine, the creator donates money created by people using this filter, need to post tho private counts too! it's the least you can do

Idc if I get banned. It's quite evident that the reality of this "war" didn't start on oct 7th. To stop the problem we have to address why & how it started. This ceasefire is a must but it's on the side of Israel to put down the knife they've been holding for decades. It's also on me that I haven't been vocal abt the genocide that is happening in Palestine & for that

I apologize. I'm still educating myself on the history & wish to continue educating myself and others using my platforms despite not having a huge platform. I encourage you to do the same thing. I will not stop either bcs I want the true history to be told, not the lies & misinformation being spread ...

“It doesn't fit my aesthetic” bro is your aesthetic supporting genocide???

TikTok-användare har inte bara möjligheten att skapa monetära filter, utan också marknadsföra andras filter via personligt innehåll med en blandning av ljud, bilder och text. Datapunkterna visade att användare ofta utnyttjade dessa funktioner för att stödja samordningen och organiseringen av politiska åtgärder, som exemplifierat ovan. Många betonade möjligheten till social förändring, och konkreta bidrag till ett humanitärt ändamål, genom att använda filtret. Ofta angavs det som “det minsta du kan göra” för att stödja Palestina, och utnyttjade en känsla av plikt och moralisk skyldighet för att inspirera till handling bland sina tittare. Denna vädjan kopplar till föreställningar om altruism och solidaritet, och uppmanar användare att vidta konkreta åtgärder för att stödja en marginaliserad grupp.

Vissa användare uttryckte frustration och moralisk indignation mot dem som eventuellt prioriterar sina estetiska preferenser framför humanitära angelägenheter. Användningen av filtret framställs som ett skarpt val mellan fåfänga och moraliskt ansvar. Detta konfronterande tillvägagångssätt syftar troligen till att minska självbelåtenhet och framkalla en känsla av skam eller skuld bland individer som prioriterar ytliga saker, till exempel sin TikTok-profil, framför mänskligt lidande. Genom att utmana detta tankesätt strävar många användare efter att omformulera diskursen och i huvudsak tvinga individer att konfrontera konfliktens hårda realiteter. Det understryker hur brådskande den humanitära krisen är inför ytliga frågor. Känslomässig resonans tjänar till att fördjupa känslan av anknytning och solidaritet med Palestina. Det kan även motivera användare att stärka sitt stöd och upprätthålla ett uthålligt engagemang för aktivism.

Enligt Bennett & Segerbergs (2012) teori om connective action avser "custom coordinating platforms" digitala verktyg som underlättar koordination och organisering av politiska handlingar genom personlig kommunikation och nätverksbaserade interaktioner. Anpassade samordningsplattformar tillåter användare att skapa, dela och sprida personligt innehåll inom

sociala medienätverk. Man kan argumentera för att anpassade samordningsplattformar är avgörande för att ge individer möjlighet att delta i den politiska processen, då de främjar självorganisering och decentraliserad samordning, vilket kan inspirera människor att vidta politiska åtgärder. Reichert hänvisar även till Bennett & Segerbergs (2012) teori om connective action, och föreslår att “the digital technologies used for sharing nonpolitical content can be utilized by activists to organize themselves and otherwise politically uninterested individuals, particularly as digital platforms are considered more resistant toward government pressures.” (2021, s 2).

3. Avslutande diskussion

Syftet med den här studien har varit att undersöka hur användare engagerar sig politiskt med monetära filter till förmån för Palestina på TikTok. Studien har även undersökt vilken roll TikTok kan spela för att underlätta politiskt mobilisering och opinionsbildning, samt hur användare utnyttjar plattformen för att organisera, samarbeta, och stärka sina röster i politiska frågor.

Min första frågeställning berör hur användare engagerar sig med politiskt innehåll på TikTok när det gäller monetära filter till förmån för Palestina. För att besvara den blottlägger studien en mångfald av politiskt engagemang på TikTok. Enligt Milbrath's hierarki av digitalt politiskt deltagande (George & Leidner, 2019) är engagemanget mestadels begränsat till låga och mellanhöga nivåer. Användarna brukar främst plattformen som ett utrymme för att uttrycka sina åsikter, engagera sig i kritisk diskurs, och förespråka olika politiska ändamål. Detta görs genom att skapa monetära filter, uppmuntra andra att göra detsamma, kommentera under videor som använder filtren, och utföra diverse aktiviteter för att få algoritmen att prioritera liknande videor för fler användare. Denna mångfald understryker TikTok's potential att fungera som en dynamisk arena för politiska uttryck och dialoger. Närvaron av bland annat pro-israeliska åsikter i kommentarsfältet av *Filter for Good* tyder på att nyhet och kontrovers runt ett filter kan stimulera engagemang och framkalla ideologiska reaktioner bland användare. Att förstå deras roll i utformningen av onlinediskurs och insatser för mobilisering kan vara viktigt när man lanserar liknande initiativ, för att få så mycket engagemang som möjligt.

Användarna är också generellt skeptiska till transparensen i donationsprocesser och kreatörernas avsikter, vilket speglar ett växande krav på ansvarighet och transparens inom digital aktivism. Detta syns extra tydligt under *Filter for Good*, medan det intressant nog fanns fler stöttande röster under det mindre populära filtret *Donate to Palestine*, trots kreatörens bristande kommunikation och oklarheten gällande vart intäkterna tog vägen. Att prioritera etiska insamlingsmetoder för att upprätthålla förtroende och trovärdighet bland användarna kan alltså sägas vara avgörande för kreatörer som söker åstadkomma social förändring genom sina sociala medieplattformar.

Analysens andra del besvarar min andra frågeställning om TikTok's betydande roll i att underlätta samordnade insatser för politiska ändamål och att mobilisera stöd genom connective action (Bennett & Segerberg, 2012). Samarbeten användare sinsemellan, runt bland annat *Donate for Palestine*, illustrerar hur appens unika funktioner regelbundet utnyttjas för att användarnas kollektiva inverkan ska förstärkas. TikTok's kortformade innehållsformat uppmuntrar användare att göra korta och engagerande inlägg. Därmed gör denna funktion vilken typ av innehåll som helst, särskilt det politiska slaget som annars kan kännas ganska komplext, mer lättsmält. Det här formatet kan skraddarsys för alla ämnen – politik, utbildning, et cetera. Dessutom uppmuntrar plattformen kreativa uttryck på många sätt genom filter, humor, etcetera. Dessa saker kan göra att politiskt innehåll känns mer tillgängligt, kanske särskilt för yngre människor.

Användargenererat innehåll gör det möjligt för användare att kommunicera med resten av sitt virtuella nätverk genom personliga handlingsramar (Bennett & Segerberg, 2012), vilket kan främja en mångsidig dialog genom den ökade känslan av gemenskap på plattformen. Eftersom TikTok-användare ofta engagerar sig i populära ämnen och videor som valts ut av algoritmen i appen, kan kreatörer utnyttja denna funktion för att öka medvetenheten om specifika frågor och debatter och, förhoppningsvis, nå en större publik. Som framgår av statistik (Statista, 2024) möjliggör TikToks globala användarbas innehållsspridning över geografiska gränser, och användare att engagera sig i politiska frågor och perspektiv från hela världen.

För att besvara min tredje frågeställning visar studien att användare på TikTok använder plattformen på en mängd olika sätt för att organisera och förstärka sina röster. Det kanske mest framträdande sättet är via personliga handlingsramar, där användare uttrycker sin politiska övertygelse genom kommentarer och videoinlägg, samt användningen av monetära filter för Palestina. Detta gör att användare kan anpassa sitt engagemang baserat på deras förståelse av ett ämne. Genom att dela sina unika synpunkter skapar de individuella vägar till handling, och lägger mer vikt vid personligt engagemang än traditionell mobilisering. Det är vanligt att se användare som uppmanar sin publik att vidta konkreta åtgärder, ofta vädjande till altruism och skuld, såväl som understryker den låga ansträngningen av handlingen att använda filtret, för att få fler människor att delta.

Eftersom TikTok fungerar som ett kommunikationsnätverk där användare ansluter, delar information och deltar i diskussioner, verkar det främst som om kommentarsfälten under andra kreatörers videor är ett regelbundet forum för diskurs om konflikten. Det är vanligt att användare självorganiserar sig och samarbetar för att öka sin kollektiva påverkan. Bland annat staplar de filter ovanpå varandra i samma video, anstränger sig för att ge videor mer synlighet och delar tips för att stimulera TikToks algoritm. Genom att dela sina resurser på detta sätt försöker användarna att maximera effektiviteten i att stödja Palestinas sida i konflikten.

Det förefaller sig som att TikTok alltmer växer fram som ett utrymme för egenmakt. Den gör det bevisligen möjligt för användarna att mobilisera kring politiska ändamål, uttrycka solidaritet, och förespråka förändring. Genom personligt anpassat innehåll och nätverkade interaktioner kan individer bidra till kollektiva åtgärder och inspirera andra att göra detsamma. Den här studien har således funnit att den transformativa potentialen hos sociala medieplattformar är en viktig del av att ytterligare demokratisera politiskt deltagande och förstärka marginaliserade röster. Det ska bli mycket intressant att se utvecklingen av detta digitala aktivismfenomen, och hur effektivt det kan bedömas vara för att tillhandahålla humanitärt bistånd.

Även om den här studien ger god insikt i en typ av politiskt engagemang på TikTok, är den inte utan begränsningar. Den fokuserar i första hand på två monetära filter, och fångar inte hela bredden av den politiska diskursen på plattformen gällande fenomenet. Framtida forskning skulle med fördel kunna utforska ytterligare filter, och liknande händelser av digital aktivism, för att ge en mer omfattande förståelse av politiskt engagemang på TikTok. Som både George & Leidner (2019) och Bennett & Segerberg (2012) föreslår, krävs det mer omfattande och djupdykande forskning för att bedöma den långsiktiga effekten av digitala plattformar på politisk mobilisering och opinionsbildning. Det är något jag föreställer mig kommer med tiden. Aktivism genom filter, eller valfri modern medieplattform, är ett snabbt utvecklande fenomen som fortfarande är i sin linda på många sätt. Just nu är det kanske viktigaste arbetet vi kan göra att vara kritiska åskådare.

Referenslista

Aksnes, Aurora. (2023) 9 november.

https://www.tiktok.com/@iamauroramusic/video/7299535186012720417?_t=8lqvArDYCJt&_r=1 Hämtad den 26 april 2024.

AJLabs (2024). *Israel-Gaza war in maps and charts: Live tracker*. Al Jazeera. 9 oktober 2023. <https://www.aljazeera.com/news/longform/2023/10/9/israel-hamas-war-in-maps-and-charts-live-tracker>. Hämtad 27 april 2024.

Aveklew, Felicia. (2023). 15 november.

https://www.tiktok.com/@feliciaaveklew/video/7301776933723835680?_t=8lquZ9M5xI0&_r=1 Hämtad 26 april 2024.

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, communication & society*, 15(5), 739-768.

Berg, Martin (2015). *Netnografi: att forska om och med internet*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur

Bjerkhoel, A. (2024). *Sexdagarskriget*. <https://www.so-rummet.se/kategorier/sexdagarskriget>. Hämtad 27 april 2024.

Facebook. (u.å). *Ideella organisationer och välgörenhetsorganisationer*.

<https://www.facebook.com/help/1640008462980459> Hämtad 6 maj 2024.

Fangen, K., & Sellerberg, A., (red.) (2011). *Många möjliga metoder*. 1. uppl. Lund: Studentlitteratur.

George, J., Leidner, D. From clicktivism to hacktivism: Understanding digital activism. *Information and Organization*, Volume 29, Issue 3. 2019. 100249. ISSN 1471-7727, <https://doi.org/10.1016/j.infoandorg.2019.04.001>

Internetstiftelsen. (2024) *Svenskarna och internet 2023*.

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2023/sociala-medier/>

Internetstiftelsen. (2020). *Vad är TikTok, och hur fungerar det?* Hämtad från

<https://internetstiftelsen.se/podd/dumma-fragor-om-internet/vad-ar-tiktok-och-hur-fungerar-det/> 6 maj 2024.

Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2013). *Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture*. New York: New York University Press

Johnson, Jourdan. (2023). 7 november.

<https://www.tiktok.com/@xojourdanlouise/video/7298794101556792606> Hämtad den 26 april 2024.

Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: an introduction to its methodology*. 3rd ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.

Lindgren, S. (2017). *Digital media & society*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications

Mendez, M. (2023). A TikTok Watermelon Filter Raising Money for Gaza Highlights the Platform's Potential for Fundraising. *TIME Magazine*. November 16.

<https://time.com/6335577/watermelon-filter-for-good-tiktok-gaza-aid/>

@mzfl. (2023). 15 november.

<https://www.tiktok.com/@mzfl/video/7301778868736724229?q=mzfl&t=1714141912629>

Hämtad den 26 april 2024.

Reichert, F. (2021). Collective protest and expressive action among university students in Hong Kong: Associations between offline and online forms of political participation. *Frontiers in Political Science*, 2, 608203. doi: 10.3389/fpos.2020.608203

Statista (2024). TikTok. *Leading mobile apps worldwide in March 2024, by downloads (in millions)*. (Rapport 70013). <https://www.statista.com/study/70013/tiktok/>

Svenska akademiens ordböcker. (2024). <https://svenska.se/> Hämtad 7 maj 2024.

Sveriges Television (2024). *Senaste nytt om kriget i Gaza och upptrappningen i Mellanöstern*.

<https://www.svt.se/nyheter/utrikes/hamas-attack-mot-israel?inlagg=03fa7fbf063afbbce4dfbd194d6e683e> Hämtad den 27 april 2024.

TikTok (u.å). *FAQ: Effect Creator Rewards*.

<https://effecthouse.tiktok.com/learn/guides/general/faq-effect-creator-rewards>. Hämtad 27 april 2024.

TikTok (u.å). *For You*. <https://support.tiktok.com/en/getting-started/for-you> Hämtad den 6 maj 2024.

Weverbergh, Raf, Vermoesen, Kristien. FINN Agency. (u.å). *How things go viral: the science behind mass hypes explained*. Hämtad från <https://www.finn.agency/how-things-go-viral/> den 6e maj 2024.

Zuckerman, E. Light, J., Allen, D. (red). *Cute Cats to the Rescue? Participatory Media and Political Expression*. *Youth, New Media and Political Participation*.

https://www.researchgate.net/publication/279840949_Cute_Cats_to_the_Rescue_Participatory_Media_and_Political_Expression