

## KAPITTEL 4

# Forholdet mellom online- og offline-deltakelse i frivillige organisasjoner

*Bernard Enjolras*

Institutt for samfunnsforskning

*Kari Steen-Johnsen*

Institutt for samfunnsforskning

*Audun Beyer*

Institutt for samfunnsforskning

**Abstract:** In this chapter the relationship between online and offline civic engagement. We look specifically at the effect of being a member of a Facebook group related to voluntary organizations or to different types of protest on offline membership in voluntary organization and offline volunteering. Using panel-data from a three-wave survey of the Norwegian population using the Internet we test three hypotheses about the relationship between online and offline civic engagement. According to the mobilization-hypothesis, online experience will enhance offline participation of those who are inactive. The crowding-out hypothesis predicts that, since those who are engaged offline will also be the one who are engaged online, increased online engagement will reduce offline engagement. Finally, the independence-hypothesis considers online and offline engagement as not related to each other. Our results show that, in Norway during the period 2012–2016, following Facebook-groups related to a voluntary organization or to different types of protest groups has an impact on offline membership in voluntary organizations, but not on voluntary work. An important exception, however, is that following a Facebook group related to a voluntary organization has a positive effect on offline volunteering in voluntary organization.

**Keywords:** online, offline, civic engagement, volunteering, voluntary organization, Facebook

Sitering av denne artikkelen: Enjolras, B., Steen-Johnsen, K., & Beyer, A. (2018). Forholdet mellom online- og offline-deltakelse i frivillige organisasjoner. I B. Enjolras & I. Eimhjellen (Red.), *Fra kollektiv til konnektiv handling? Nye former for samfunnsengasjement og kollektiv handling i Norge* (s. 101–126). Oslo: Cappelen Damm Akademisk. <https://doi.org/10.23865/noasp.45.ch4>  
Lisens: CC BY-NC 4.0

## Innledning

Digitalisering og fremveksten av sosiale medier har siden årtusenskiftet ført med seg store endringsprosesser på ulike felter i samfunnet. På den ene siden gir sosiale medier mange flere muligheten til å skaffe seg informasjon om det som foregår i samfunnet, og til å engasjere seg. På den andre siden er det et spørsmål om de nye digitale mulighetene bidrar til at folk trekkes vekk fra viktige samfunnssaker og over i tidsfordriv og underholdning. I en innflytelsesrik tekst fra 2009 reiste Morozov spørsmålet om vi også er på vei inn i en tidsalder preget av «slacktivisme», det vil si en tid der folk slutter å engasjere seg i virkeligheten, og nøyer seg med å klikke «liker» for å vise sitt engasjement (Morozov, 2009). Morozovs argument er at denne typen engasjement verken er spesielt krevende eller særlig virkningsfullt, og at vi dermed risikerer et uengasjert, svekket demokrati. Hvilke konsekvenser får disse prosessene for samfunnsengasjement og deltakelse i frivillighet i Norge?

I den statsvitenskapelige litteraturen er det bred enighet om at politisk deltakelse og samfunnsengasjement er hjørnesteiner i et velfungerende demokrati (Verba, Scholzman & Brady, 1995). Norge har sterke tradisjoner for samfunnsrettet deltakelse og frivillig arbeid, og et sterkt organisasjonsliv som bidrar til å organisere og mobilisere deltakelse i befolkningen (Arnesen mfl., 2016; Folkestad mfl., 2015). Det frivillige organisasjonslivet kan forstås som en velutbygd struktur for informasjon og kommunikasjon mellom medlemmer, frivillige og aktivister, på nasjonalt og lokalt nivå. Spørsmålet er hva som skjer når digitale kommunikasjonsstrukturer oppstår både på siden av og innenfor organisasjonslivet. Bidrar sosiale medier til å senke terskelen for mobilisering og engasjement slik at flere deltar, eller flyttes bare aktiviteten fra en offline sfære til en online sfære?

Mens offline engasjement typisk vil være karakterisert ved ansikt-til-ansikt-samvær med andre personer, muliggjør digitale medier både koordinering, kommunikasjon og interaksjon som ikke nødvendigvis krever samvær, det vil si at de ikke behøver å finne sted i samme tid og rom. I dette kapitlet skal vi undersøke sammenhengen mellom det å engasjere seg i sosiale medier og engasjement offline. Mer presist spør vi om frivillig engasjement online fører til mer eller mindre involvering og deltakelse i

offline aktiviteter. Vi fokuserer på frivillig arbeid og medlemskap i frivillige organisasjoner.

For å undersøke disse spørsmålene bruker vi en befolkningsrepresentativ spørreundersøkelse som har vært gjennomført i 2012, 2014 og 2016. Fordelen med denne undersøkelsen er at flere av respondentene har besvart undersøkelsen alle tre gangene. De utgjør dermed et såkalt panel. Dette gjør at vi kan si noe om utviklingen over tid, og kan undersøke om de som fulgte en organisasjon i sosiale medier i 2012, er blitt mer aktive også når det gjelder frivillige aktiviteter offline på et senere tidspunkt. En slik analyse av endringer som skjer med bare noen av respondentene i et panel, er særlig godt egnet for å undersøke de problemstillingene vi her er opptatt av.

Kapitlet starter med en teoretisk diskusjon om hva som kan forventes når det gjelder forholdet mellom online og offline samfunnsengasjement. Deretter presenterer vi dataene, metode og analysestrategier. I den empiriske delen gir vi først et beskrivende bilde av bruk av sosiale medier og hvordan det er knyttet til frivillig engasjement. Til slutt presenterer vi en analyse der vi benytter panelstrukturen i datamaterialet for å undersøke årsakssammenhenger mellom ulike typer av aktiviteter og engasjement.

## **Digitale medier og samfunnsengasjement: kunnskapsstatus**

Utbredelsen av digitale kommunikasjonsnettverk har endret forutsetningene for samfunnsengasjement. I de senere årene har en rekke forskningsbidrag fokusert på forholdet mellom politisk engasjement og samfunnsengasjement både online og offline. Før vi presenterer hypotesene og tilnærmingen i denne studien, gir vi en kort oversikt over forskningen på feltet. Mye av denne har sitt opphav i USA.

Tidligere forskning viser at bruk av sosiale medier har en positiv effekt på samfunnsengasjement, selv om forskningen peker i forskjellige retninger når det gjelder årsaker, hvor omfattende slike effekter er, og hvilken form de har. I en studie gjennomført i USA fant Zhang mfl. (2010) at bruk av digitale medier var forbundet med økt samfunnsengasjement. Valenzuela mfl. (2009) fant at generell Facebook-bruk og bruk

av Facebook-grupper også hadde en positiv effekt på folks samfunnsengasjement. Park mfl. (2009) fant at de som er med i Facebook-grupper, involverer seg for å tilfredsstille ulike behov, som behov for informasjon, sosialisering og underholdning. Denne bruken fremmer så økt samfunnsengasjement. En studie av Gil de Zúñiga mfl. (2012) viser at bruk av Facebook for å søke informasjon er positivt forbundet med samfunnsengasjement, selv om effekten er svak. Samlet viser altså mange studier at det er en positiv sammenheng mellom bruk av sosiale medier og samfunnsengasjement, men at den er ganske svak eller indirekte i noen tilfeller.

Flere studier har også undersøkt forholdet mellom bruk av sosiale medier og ulike former for politisk deltakelse. Disse studiene har sett på sammenhengen mellom online og offline deltakelse og engasjement, og også her er forskningen ofte fra USA. Her ser vi imidlertid blandede funn. Noen studier finner at generell Facebook-bruk er knyttet til økt online politisk aktivitet (Bode, 2012; Vitak, 2012), mens andre studier ikke finner slike sammenhenger (Gil de Zúñiga mfl., 2012; Skorisk & Poor, 2013). Noen studier viser også at bruk av blogger og mikroblogger er positivt relatert til både online (Chan mfl., 2012; Gil de Zúñiga mfl., 2009; Lewis, 2010) og offline politisk engasjement (Gil de Zúñiga mfl., 2013).

Noen studier antyder likevel at generell bruk av sosiale medier ikke er knyttet til tradisjonell politisk deltakelse (Baumgartner & Morris, 2010; Kushin & Yamamoto, 2010; Zhang mfl., 2010). I tillegg er det ingen enighet om hvordan forholdet mellom generell Facebook-bruk og offline politisk deltakelse arter seg. Mens noen studier viser en positiv relasjon mellom online og offline deltakelse (Bode, 2012; Park mfl., 2009; Skorisk & Poor, 2013), fant andre studier ingen sammenheng (Gil de Zúñiga mfl., 2012; Valenzuela mfl., 2009) eller til og med en svak negativ effekt (Vitak mfl., 2011). Forskningen er mer samstemt i at politisk bruk av sosiale medier viser et positivt forhold mellom å være med i for eksempel Facebook-grupper (Conroy mfl., 2012; Valenzuela mfl., 2009) og politisk engasjement på Facebook (Vitak mfl., 2011). Det ser altså ut til at *hva* man bruker sosiale medier til, har betydning for hvilken effekt denne bruken i sin tur har.

Samlet sett er det altså vanskelig å trekke entydige konklusjoner fra litteraturen som har studert sammenhengene mellom politisk deltakelse og samfunnsengasjement online og offline. For det første er resultatene noen ganger motsigende: Noen studier finner en positiv sammenheng, mens andre ikke finner noen sammenheng eller en negativ effekt. For det andre er forskningslitteraturen preget av et stort mangfold i måten online engasjement er operasjonalisert på. Mens noen studier ser på forholdet mellom generell bruk av bestemte digitale plattformer som Twitter og Facebook, fokuserer andre på klar politisk bruk av disse plattformene. I tillegg er mange studier basert på tverrsnittsdata, som gjør påstander om årsakssammenhenger svært problematiske. Denne gjennomgangen av den eksisterende litteraturen understreker behovet for å studere forholdet mellom online og offline over tid for å kunne fastslå retningen på sammenhengen mellom online og offline deltakelse, samt behovet for å fokusere på online og offline aktiviteter som er tett knyttet til hverandre, istedenfor generell bruk av internettbaserte medier.

## Mobilisering, erstatning eller uavhengighet? Tre hypoteser om sammenhenger

Som vist over er det fortsatt stor uenighet om hvilke konsekvenser de nye mediene har for politisk og sivil engasjement (Wright, 2010). Likevel kan vi grovt sett skille ut tre rådende syn på hvordan sammenhengene mellom nye medier og ulike former for engasjement kan arte seg. Tilhengere av *mobiliseringsteser* hevder at internett og sosiale medier bidrar til å mobilisere nye grupper av individer ved å skape et rikt informasjonsmiljø (Dahlberg & Siapera, 2007; Dahlgren, 2005). For tilhengere av *erstatningsteser* vil derimot tiden som brukes på Facebook og andre sosiale medier, føre til en nedgang i samfunnsengasjementet (Putnam, 2000). En tredje hypotese er at online aktiviteter er et *supplement* til offline aktiviteter heller enn at de forstyrrer hverandre som måter å utføre samfunnsengasjement på. I dette tilfellet vil ikke engasjement online ha effekter på deltakelse offline, fordi begge arenaer fyller ulike funksjoner, og muliggjør forskjellige handlinger og former for engasjement. Dermed supplerer

de ulike kommunikasjonsformene hverandre snarere enn å erstatte hverandre (Enjolras mfl., 2013; Wellman mfl., 2001).

Den første hypotesen – *mobiliseringshypotesen* – bygger på en antagelse om at erfaringer online vil generere offline deltakelse for de som ikke allerede har vært aktive. Fordi online engasjement krever mindre enn offline engasjement, fungerer det som en læringsarena for å utvikle ferdigheter for videre offline engasjement. Denne hypotesen ser altså på nye digitale medier som viktige verktøy for å engasjere enda flere enn tidligere til deltakelse og engasjement i samfunnsliv. Online engasjement vil føre til at folk som tidligere ikke engasjerte seg fordi terskelen til offline engasjement var for høy, ledes inn i engasjement og deltakelse på en enklere måte. En viktig test av denne hypotesen vil være om man kan observere forskjeller mellom dem som har engasjert seg online eller ikke, når det gjelder hvorvidt de senere også velger å engasjere seg offline. Hvis hypotesen skal styrkes, bør man kunne observere at sannsynligheten for å engasjere seg offline øker mer for de som tidligere har engasjert seg online, enn for de som ikke har det. Her blir panelstrukturen i dataene svært viktig. Når det gjelder deltakelse i frivillige organisasjoner (som medlem eller frivillig) har en rekke studier vist at friville organisasjoner har tatt i bruk sosiale medier for å bygge opp nettverksrelasjoner (Briones, Kuch, Liu & Jin, 2011; Lovejoy & Saxton, 2012). Disse studiene viser at sosiale medier åpner nye muligheter for organisasjoner til både å kommunisere med sitt publikum og til å mobilisere nye medlemmer og frivillige. Organisasjoner med et stort antall medlemmer eller følgere i sosiale medier vil kunne rekruttere og mobilisere nye medlemmer og frivillige. Uformelle og personlige nettverksrelasjoner har vist seg å være sterkt knyttet til organisasjoners resursmobilisering og rekruttering av frivillige (Eng, Liu & Sekhon, 2012).

*Erstatningshypotesen* snur på det, og hevder at virkeligheten offline reproduseres online (Norris, 2001). Det vil si at de som allerede er samfunnsengasjerte, kunnskapsrike og aktive offline, vil være de samme som bruker internett for samfunnsmessige formål. Siden personer som er samfunnsengasjerte, har begrenset med tid, forventes det at økt engasjement online vil gå på bekostning av offline engasjement. Hvis denne erstatningsteser er riktig, bør online engasjement forventes å føre til redusert offline engasjement. I tillegg, gitt at individene har begrenset tid

som de kan bruke på ulike formål, kan økt tidsbruk på sosiale medier gå på bekostning av offline engasjement i frivillige organisasjoner. En tredje grunn til at online engasjement muligens kan erstatte offline deltakelse, er knyttet til teknologien. I *Bowling alone* presenterer Robert Putnam (2000) omfattende bevis på erosjon av sosial kapital i etterkrigsårenes USA. Putnam anser at det er flere årsaker som kan ha bidratt til denne utviklingen, for eksempel press på tid og penger. Men det er endringer i teknologi og media, spesielt økningen i fjernsynsunderholdning som Amerikas viktigste kilde til fritidsaktivitet, Putnam peker ut som den store skyldige og som ansvarlig for erosjonen av sosial tilknytning og samfunnsengasjement. Ifølge Putnam har privatisering av fritiden ført til borgernes tilbaketrekning fra det offentlige liv. Sosiale medier kan muligens føre med seg en tilsvarende form for privatisering ved å gi en opplevelse av sosialitet og sosiale nettverk uten behov for offline interaksjoner, og ved å øke tilbudet av online underholdnings- og tidsfordrivsmuligheter.

Den siste hypotesen – *uavhengighetshypotesen* – påstår i stedet at de to formene for engasjement vil utvikle seg uavhengig av hverandre fordi de fyller ulike behov og funksjoner for borgerne. I dette tilfellet vil det være en arbeidsdeling mellom ulike former av online og offline aktiviteter uten at de påvirker hverandre. Vi kan ikke undersøke denne hypotesen direkte gjennom våre data, men tar den likevel med som et logisk alternativ som kan diskuteres til slutt.

## Data og metode

De empiriske analysene i dette kapitlet er basert på data fra forskningsprosjektet *Social Media in the Public Sphere* (SMIPS). Disse dataene består av en undersøkelse som ble gjort tre ganger, i 2012, 2014 og 2016. Utvalgene er representative for befolkningen av internettbrukere trukket fra Kantar TNS' internettpanel. Datainnsamlingsmetoden ekskluderer dermed den delen av befolkningen som ikke bruker internett, fra utvalget. Dette utgjør imidlertid en svært liten andel av befolkningen i Norge, ettersom tilgangen til og bruken av internett er spesielt høy i Norge (ifølge Statistisk sentralbyrå (2018) bruker 96 prosent av befolkningen mellom 16

og 79 år internett, og 80 prosent av befolkningen i de samme aldersgruppene bruker sosiale medier). Datainnsamlingen ble først gjennomført i 2012 (N = 5019), og gjentatt i 2014 (N = 5677) og 2016 (N = 5054). Undersøkelsene har en panelstruktur, og på hvert datapunkt ble alle respondenter fra tidligere runder kontaktet på nytt. For å belyse våre problemstillinger bruker vi både de representative befolkningsutvalgene for hvert tidspunkt og panelet, som består av 822 personer som har svart på alle tre undersøkelsene i 2012, 2014 og 2016.

For å estimere effekten av bruk av sosiale medier på offline deltakelse i frivillige organisasjoner og frivillig arbeid undersøker vi på hvilken måte medlemskap i frivillige organisasjoners grupper eller sider på Facebook påvirker offline medlemskap i frivillige organisasjoner samt frivillig arbeid. Selv om man kan argumentere for at medlemskap i slike grupper utgjør en svært løs form for tilknytning, gir de mulighet til å motta informasjon fra organisasjonen og indikerer en interesse for organisasjonen det gjelder, og det kan tenkes som et første steg i å få en mer formell, offline tilknytning til organisasjonen.

Medlemskap i frivillige organisasjoners grupper på Facebook er målt gjennom spørsmålet «Hva slags grupper er du medlem av, og hvilke typer sider følger du på Facebook?», der respondentene kunne merke hvilke Facebook-grupper de var medlemmer av blant 14 alternativer, inkludert «grupper/sider knyttet til frivillige organisasjoner», «grupper/sider knyttet til lokal protestgrupper», «grupper/sider knyttet til nasjonal protestgrupper», og «grupper/sider knyttet til internasjonale protestgrupper». Offline medlemskap i frivillige organisasjoner er operasjonalisert med variabelen «antall medlemskap i frivillige organisasjoner», som summerer svarene på spørsmålet «Er du medlem i noen av de følgende typene organisasjoner?», der respondentene kunne krysse av for de relevante alternativene blant ni organisasjonskategorier.<sup>1</sup>

---

1 Idrettslag, Kultur, musikk eller hobbyforening, Sosial og humanitær organisasjon, Politisk parti, Andre politisk orienterte organisasjoner (f.eks. miljøvern, internasjonal solidaritet), Velforeninger, grendelag og borettslag, Fagforening, yrkes- eller bransjeorganisasjon, Religions- eller livssynsorganisasjon, og Andre



Tid brukt på frivillig arbeid er målt på en fempunktskala, der minimum var mindre enn en halvtime, maksimum mer enn 5 timer.<sup>2</sup>

I analysene kontrollerer vi også for et bredt sett med bakgrunnsvariabler:<sup>3</sup> Ved å kontrollere effekten av disse kan vi utelukke om en mulig effekt av online deltakelse på offline deltakelse skyldes bakgrunnssegenskapene til respondentene. Tidligere forskning fra Norge (Enjolras mfl., 2013) viser at både alder, utdanning og kjønn henger sammen med bruk av sosiale medier, og at det er unge, høyt utdannede og mannlige respondenter som har høyest bruk av sosiale medier. Mer generelt har også tidligere forskning vist at deltakelse i sivilsamfunnet er sterkt forbundet med utdanning (Almond & Verba, 1993).

For å vurdere effekten online deltakelse har på offline deltakelse bruker vi en analyse av panelstrukturen i dataene.<sup>4</sup> For å undersøke betydningen av ulike typer sosiale medier-bruk og medietidsbruk for offline frivillig engasjement konstruerer vi tre indekser som fanger opp tre mulige formål for sosiale medier-bruk: samfunnsinteresse, hverdagsinteresse og sosialiseringsinteresse. Disse tre typene sosiale medier-bruk er konstruert på bakgrunn av en faktoranalyse av 16 alternative mulige aktiviteter på Facebook (se tabell A4 i Appendiks). Medietidsbruk-variabelen summerer tiden brukt daglig på ulike medier: TV, radio, aviser, online aviser, sosiale medier, og annen nettbruk.

2 Mindre enn en halvtime, Mellom en halvtime og en time, Mellom en og to timer, 3–5 timer, Mer enn 5 timer, som utgjorde svaralternativet for spørsmålet: «Omtrent hvor mye tid har du brukt på slikt frivillig arbeid en vanlig uke?»

3 Alder, kjønn, utdanning, husstandsinntekt og antall barn under 15 år.

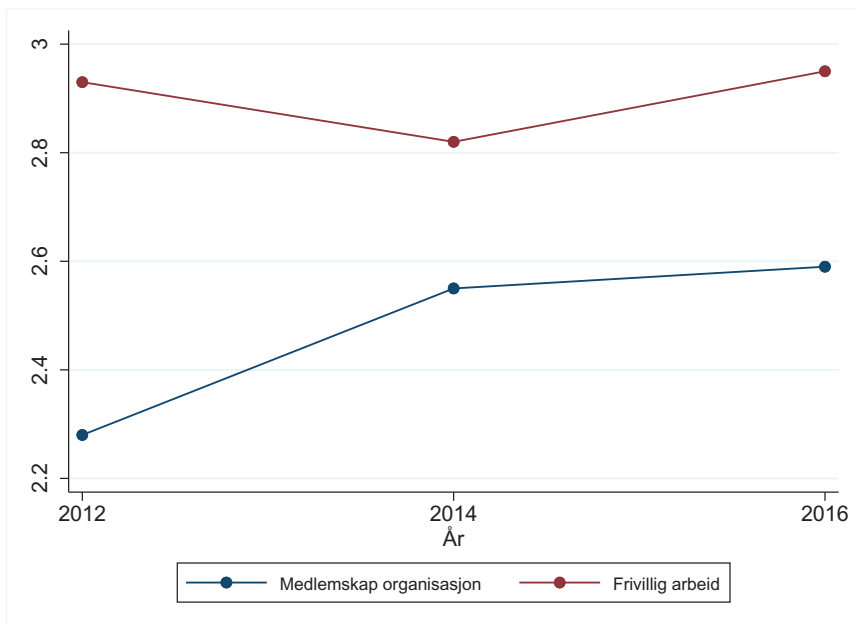
4 Paneldata refererer til datasett der vi har observasjoner på det samme individet over flere perioder. Paneldata-regresjon gjør det mulig å estimere effekten av endringer i uavhengige variabler på den avhengige variabelen. Det finnes to hovedmodeller for lineær regresjon med paneldata: faste effekter og tilfeldige effekter. Fasteffekt-modellen kontrollerer for uobserverte forskjeller mellom individer som ikke varierer over tid. Tilfeldige effekter-modellen antar at uobserverte forskjeller mellom individer er tilfeldig fordelt. For å velge hvilken modell som er best tilpasset analysen, er det vanlig å sammenligne de to modellene ved hjelp av Hausmantest. Vår Hausmantest, som tester validiteten av en tilfeldig effekter-modell sammenlignet med en faste effekter-modell, er ikke signifikant. Den tilfeldige effekter-modellen er dermed konsistent og tilpasset for våre analyser.

## Online og offline engasjement i frivillige organisasjoner fra 2012 til 2016

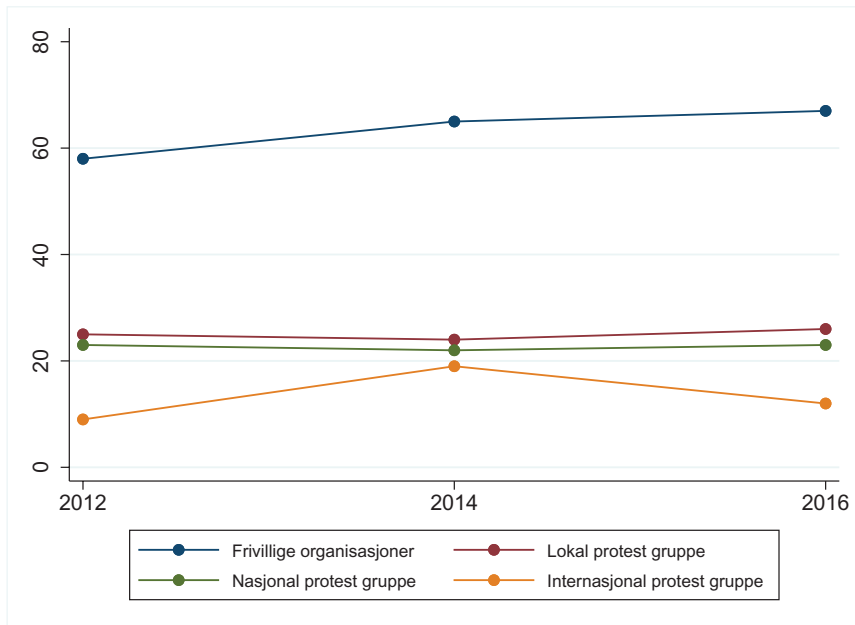
Før vi ser på sammenhengen mellom online og offline engasjement, vil vi undersøke hvordan hovedvariablene som inngår i analysene, har utviklet seg over tid, og hvordan de er fordelt med hensyn til sosioøkonomiske kjennetegn. Dette gir oss et overblikk over utviklingen, og noen indikatorer om hvorvidt det for eksempel har skjedd store endringer i offline engasjement i den perioden der online engasjement har vokst frem.

Facebook-bruken var høy blant våre respondenter allerede i 2012 (95 prosent av respondentene), og at den har holdt seg minst like høy i årene etter dette. For Twitter observerer vi en økning i andelen som hadde en slik konto, fra 20 prosent i 2012 til 30 prosent i 2016.

For å fange opp graden av frivillig engasjement online og offline bruker vi tre variabler: antall medlemskap i frivillige organisasjoner, tid brukt på frivillig arbeid per uke, og medlemskap i frivillige organisasjoners grupper på Facebook. Figur 1 og 2 viser utviklingen fra 2012 til 2016 i befolkningsutvalget.



**Figur 1:** Frivillig engasjement online i perioden 2012–2016. Befolkningsutvalg: Gjennomsnittlig antall medlemskap i frivillige organisasjoner og gjennomsnittlig tidsbruk til frivillig arbeid i uken.



**Figur 2:** Frivillig engasjement online i perioden 2012–2016 (befolkningsutvalg): Andel som har minst ett medlemskap i ulike Facebook-grupper.

Utviklingen i befolkningsutvalgene og i panelet har vært identisk i perioden 2012–2016. Det gjennomsnittlige antallet medlemskap i frivillige organisasjoner på Facebook litt høyere i befolkningsutvalgene enn den er i panelet, mens det gjennomsnittlige antallet timer frivillig arbeid er høyere i panelet enn i befolkningsutvalgene. På figur 1 og 2 ser vi at offline former for frivillig engasjement, medlemskap og frivillig innsats har økt litt i perioden, men hovedbildet ser ut til å være preget av stabilitet, både når det gjelder offline og de fleste former for online engasjement. Det gjennomsnittlige antallet medlemskap i frivillige organisasjoner holder seg relativt stabilt i perioden. Det samme gjør tid brukt på frivillig arbeid, til tross for en liten nedgang i 2014. Samlet sett antyder denne oversikten at offline engasjement kanskje ikke er blitt påvirket så mye av variasjoner i online former for tilknytning.

Et viktig spørsmål knyttet til befolkningens samfunnsengasjement er hvem det er som deltar, og om det finnes store ulikheter basert på kjønn, utdanning eller inntekt. En omfattende litteratur diskuterer hvorvidt digitale medier opphever sosial ulikhet i deltakelse, eller om

konsekvensen tvert imot er nye digitale skillelinjer (Eimhjellen & Ljunggren, 2017; Norris, 2001). Selv om dette ikke er et hovedtema for oss i dette kapitlet, mener vi likevel det hører til bildet kort å berøre det her. Analysene våre viser at deltakelse i frivilligheten både offline (antall medlemskap i frivillige organisasjoner og tidsbruk til frivillig arbeid) og online (medlemskap i frivillige organisasjoners Facebook-gruppe og Facebook protestgrupper) i noen grad varierer med ulike sosioøkonomiske kjennetegn (Tabell A.1 i Appendix). Antallet medlemskap i frivillige organisasjoner og deltakelse i Facebook-grupper knyttet til frivillige organisasjoner eller protestgrupper øker med både utdanning og inntekt. Tidsbruk til frivillig arbeid er derimot i liten grad påvirket av utdannings- og inntektsnivå. Når det gjelder medlemskap, ser dermed ikke fremveksten av sosiale medier ut til å redusere ulikhet, men heller til å reproducere den. Vi finner ingen signifikante forskjeller mellom menn og kvinner.

## Sammenhengen mellom online og offline aktivitet – mobilisering eller erstatning?

Oversikten over utviklingen i engasjement online og offline mellom 2012 og 2016 viser altså hovedsakelig stabilitet, men også noen interessante endringer. I neste del av analysen skal vi undersøke nærmere hvorvidt det er en sammenheng mellom deltakelse i online og offline aktiviteter, og om online aktivitet svekker eller styrker offline aktivitet. Analysens hensikt er å teste de to hypotesene som ble presentert tidligere i kapitlet, nemlig mobiliseringstesen og erstatningshypotesen. Ifølge *mobiliseringshypotesen* vil deltakelse i online frivillige aktiviteter føre til økt deltakelse i offline aktiviteter. Ifølge *erstatningshypotesen* vil online engasjement føre til mindre offline deltakelse i frivillige aktiviteter.

For å undersøke disse to hypotesene vil vi studere hvilken effekt medlemskap i frivillige grupper på Facebook har på tid brukt til offline frivillig innsats og medlemskap i frivillige organisasjoner. Vi undersøker først hvert år (2012, 2014, og 2016) for seg ved hjelp av tverrsnittsdata som er representative for befolkningen. Deretter bruker vi paneldata for perioden 2012–2016 og en analyse som ser på endringer over tid. Med en slik

modell kan vi se om og i hvilken retning endringer i online deltakelse fra 2012 til 2016 påvirker offline deltakelse.<sup>5</sup>

Tabell 1 og 2 viser resultatene av analysen av sammenhengen mellom medlemskap i grupper på Facebook knyttet til frivillige aktiviteter og henholdsvis offline medlemskap og frivillig arbeid.

**Tabell 1:** Lineær regresjon: Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe (online), og ulike protestgrupper på Facebook, på tid brukt til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner offline. Befolkningsutvalg i 2012, 2014, og 2016.

	2012 (N = 5019)		2014 (N = 5677)		2016 (N = 5054)	
	Org. med.	Friv. arb.	Org. med.	Friv. arb.	Org. med.	Friv. arb.
Friv.org. Facebook- gruppe	.826***	.149**	.960***	.240**	1.006***	-.213***
Facebook lokal protestgruppe	.514***	.008	.622***	.080	.653***	.030
Facebook nasj. protestgruppe	.595***	.047	.721***	-.000	.770***	-.064
Facebook int. protestgruppe	.700***	-.010	.756***	.231**	.932***	.062

\*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$

Note: Utdanning, kjønn, husholdsinntekt, antall barn under 15 år og alder inngår også i modellene, men er utelatt her for å gjøre tabellen enklere å lese. Se Tabell A.2, A3 og A4 i Appendiks for detaljerte modeller.

Tabell 1 viser regresjonskoeffisienter som måler effekten av online deltakelse i en frivillig Facebook-gruppe på antall organisasjonsmedlemskap og antall timer frivillig arbeid for hele befolkningen i årene 2012, 2014, og 2016 (se Appendiks A2, A3, og A4 for fullstendige regresjonsanalyser). Resultatene er konsistente på tvers av årene og viser at online deltakelse er positivt relatert til organisasjonsmedlemskap og frivillig arbeid, med unntak av online deltakelse i internasjonale protestgrupper, som er negativt assosiert med organisasjonsmedlemskap og frivillig arbeid. Dette tyder på at online deltakelse har en mobiliserende effekt. Likevel er det vanskelig å fastslå om det er online deltakelse som fører til offline deltakelse eller omvendt, bare ved hjelp av tverrsnittsdata. Ved å bruke

5 Når det gjelder offline deltakelse i demonstrasjoner og aksjoner, bruker vi en logistisk modell fordi den avhengige variabelen er dikotom.

paneldata kan vi derimot undersøke nærmere om det finnes en mobiliserende effekt av online deltakelse på offline deltakelse.

**Tabell 2:** Panelregresjon (random effects): Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe, og ulike protestgrupper på Facebook, på tid brukt til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner (N = 822).

	Organisasjonsmedlemskap	Frivillig arbeid
<b>Friv.org. Facebook-gruppe</b>	.897***	.1649***
<b>Facebook Lokal protestgruppe</b>	0.558***	0.032
<b>Facebook Nasj. protestgruppe</b>	0.654***	0.028
<b>Facebook Int. protestgruppe</b>	0.769***	0.129*

\*\*\* $p < 0.01$ , \*\* $p < 0.05$ , \* $p < 0.1$

Note: Utdanning, kjønn, husholdsinntekt, antall barn under 15 år og alder inngår også i modellene, men er utelatt her for å gjøre tabellen enklere å lese. Se Tabell A.5 i Appendiks for detaljerte modeller.

Tabell 2 viser resultatene fra panelanalysen. Tabellens fire hovedkolonner viser effekten på offline organisasjonsmedlemskap og frivillig arbeid av å følge Facebook-grupper for 1) en frivillig organisasjon, 2) en lokal protestgruppe, 3) en nasjonal protestgruppe og 4) en internasjonal protestgruppe. Signifikante sammenhenger er markert med stjerne.

Vi ser en tydelig en todeling i resultatene, der det å følge Facebook-grupper har en effekt på offline organisasjonsmedlemskap, men ikke på frivillig arbeid. Et viktig unntak er likevel at det å følge en Facebook-gruppe knyttet til en frivillig organisasjon har en positiv effekt på frivillig arbeid. Nærmere bestemt øker antall organisasjoner en er medlem av, med medlemskap i en Facebook-gruppe, uavhengig av om det dreier seg om Facebook-gruppen til en frivillig organisasjon eller en lokal eller nasjonal protestgruppe. Vi finner tilsvarende resultater for Facebook-grupper knyttet til internasjonale protestgrupper (se Tabell A.5 i Appendiks). Resultatene viser dermed at medlemskap i ulike Facebook-grupper knyttet til frivillige organisasjoner og protestorganisasjoner har en mobiliserende effekt på offline medlemskap i frivillige organisasjoner.

Når det gjelder frivillig arbeid, viser resultatene at endring i medlemskap i en Facebook-gruppe knyttet til en protestgruppe ikke påvirker tid brukt til frivillig innsats. Det gjør derimot deltakelse i en Facebook-gruppe knyttet til en frivillig organisasjon. Med andre ord gjør ikke medlemskap i

en Facebook-gruppe knyttet til en protestgruppe at det er mer sannsynlig at man deltar i frivillig arbeid i offline organisasjoner, men det ser heller ikke ut til at det å følge Facebook-grupper knyttet til en protestgruppe erstatter frivillig aktivitet. På dette området virker det som om de to typene aktiviteter er uavhengig av hverandre. Et interessant funn er likevel at det å være medlem i en Facebook-gruppe knyttet til en frivillig organisasjon fører til at det er mer sannsynlig at man deltar i frivillig arbeid. I dette tilfellet virker online medlemskap mobiliserende. Medlemskap i en Facebook-gruppe knyttet til en frivillig organisasjon eller en protestgruppe har en mye sterkere effekt på organisasjonsmedlemskap enn på frivillig arbeid.

Resultatene i Tabell 2 er intuitivt meningsfulle, i den forstand at medlemskap eller støtte til protestgrupper online ikke nødvendigvis er knyttet til frivillig arbeid for den gruppen eller organisasjonen som står bak denne gruppen. Samtidig virker det rimelig at deltakelse i en frivillig organisasjons gruppe på Facebook øker sannsynligheten både for å være medlem av denne organisasjonen og for å jobbe mer frivillig. Selv om forskningen viser at frivillige organisasjoner i utgangspunktet var sent ute med å ta i bruk digitale medier (se f.eks. Eimhjellen, 2014), er en stor andel av norske nasjonale frivillige organisasjoner nå på Facebook (se Beyer & Steen-Johnsen i denne boken). Mange av disse organisasjonene vil ha gode koblinger mellom sin Facebook-side og ordinære web-sider, og de som følger Facebook-gruppen, vil dermed både kunne få informasjon og en bro til sider som stimulerer til å tegne medlemskap. Å tegne medlemskap kan også i stor grad være en nettbasert aktivitet. Selv om frivillig arbeid i mange tilfeller krever en konkret tilstedeværelse i offline aktiviteter lokalt, virker det som om online deltakelse fører til økt frivillig innsats offline. I tillegg foregår en del frivillig arbeid online, uten at vi har kunnet gjøre rede for det her. Fra andre studier vet vi at rundt 20 prosent oppgir at deler av det arbeidet de gjør for en frivillig organisasjon, foregår online (Eimhjellen & Ljunggren, 2017, s. 67), og 4,5 prosent oppgir å ha gjort rent virtuelt frivillig arbeid (Folkestad, Christensen, Strømsnes, & Selle, 2015). Det skal likevel understrekes at påvirkningen fra online til offline aktivitet, som vi analyserer i dette kapitlet, også kan tenkes å skje gjennom en allmenn bevisstgjøring om frivillige organisasjoners aktiviteter, rolle og betydning.

## Konklusjon

Vi begynte dette kapitlet med spørsmålet om hvorvidt sosiale medier bidrar til å svekke eller styrke deltakelse og samfunnsengasjement i Norge, spesielt med henblikk på deltakelse i frivillige organisasjoner. To hypoteser ble stilt opp mot hverandre, mobiliseringshypotesen og erstatningshypotesen. Ifølge den første kan samfunnsrettet deltakelse i sosiale medier bidra til mer deltakelse også i offline organisasjoner og aktiviteter. Ifølge erstatningshypotesen vil det derimot være slik at jo mer man engasjerer seg online, jo mindre kapasitet og motivasjon blir det igjen til å delta i offline aktiviteter.

Vår strategi for å undersøke disse problemstillingene har vært å analysere forholdet mellom medlemskap i frivillighetsrelaterte grupper på Facebook og frivillig arbeid og organisasjonsmedlemskap. Studien vår skiller seg fra eksisterende studier ved å undersøke bestemte politiske og frivillige aktiviteter både online og offline, ikke generell bruk av digitale medier. I tillegg bygger våre analyser på paneldata i en fireårsperiode som egner seg for analyse av årsakssammenhenger.

Basert på analysen i dette kapitlet kan vi konkludere med at på tross av at effekten av online samfunnsengasjement på offline frivillige aktiviteter er differensiert, virker online engasjement mest av alt mobiliserende for offline engasjement. Våre resultater gir dermed støtte til *mobiliseringshypotesen* når det gjelder deltakelse i frivillighetsrelaterte grupper på Facebook. Et unntak er effekten av online deltakelse i protestgrupper på Facebook på frivillig arbeid. Å følge slike protestgrupper på Facebook ser ikke ut til å ha effekt på aktiviteter offline. En mulig grunn kan være at disse gruppene ikke mobiliserer til frivillig arbeid i noen særlig grad. Digitale medier kan kanskje heller legge til rette for enklere informasjonsformidling og koordinering som ikke nødvendigvis innebærer offline organisering og fysisk oppmøte.

En mulig inngang til å diskutere den utviklingen vi har beskrevet her, er gitt gjennom Bennett og Segerbergs (2012) skille mellom to handlingslogikker: kollektiv og konnektiv handling. Kollektiv handling representerer tradisjonelle organisasjonsformer, og krever vanligvis organisatoriske ressurser samt tilstedeværelsen av organisatoriske strukturer, ledelse og utvikling av felles forståelsesrammer. For Bennett og Segerberg (2012)



er altså kollektiv handling knyttet til hierarkiske institusjoner og medlemsgrupper der en felles kollektiv identitet er avgjørende. Den andre handlingslogikken, konnektiv handling, er basert på digitale medier som organiseringsagent og på selvorganiserende nettverk. I den nye konnektive handlingslogikken er formelle organisasjoner og gruppebånd mindre sentrale. Koordinering av kollektiv handling i disse nettverkene foregår gjennom digitale teknologier og krever ikke sterk organisatorisk kontroll eller felles kollektiv identitet. Perspektivet knyttet til konnektiv handling ser for seg at dette i økende grad vil kjennetegne ulike former for engasjement i politikk og i sivilsamfunnet.

Våre funn i dette kapitlet understreker at online kommunikasjon og koordinering er i ferd med å få betydning for organiseringen av samfunnsengasjement i det norske sivilsamfunnet. Dette kunne peke i retning av at vi ser fremveksten av konnektiv handling i Bennett og Segerbergs forstand. Samtidig er det interessant å merke seg koblingen mellom medlemskap i Facebook-grupper og medlemskap i tradisjonelle, offline organisasjoner. Dette er en indikasjon på at tradisjonelle organisasjoner i stor grad spiller en rolle i å organisere ulike former for samfunnsengasjement, og at de tar i bruk online medier som et verktøy i dette. I den grad folk kobler seg til slike organisasjoner, er det også et tegn på at tradisjonelle kollektive identiteter, som krever at deltakerne aksepterer et visst felles ideologisk fundament, også overlever i den nye tid. Våre data gir oss verken mulighet til å undersøke om de Facebook-gruppene folk er medlem av, er knyttet til tradisjonelle eller mer nettverkspregede organisasjoner, eller til å vurdere hvorvidt de som deltar, føler seg som del av en kollektiv identitet eller ikke. Vår antagelse er likevel at dataene fanger både kollektive og konnektive former for handling.

I det store og hele ser vi ingen tegn til svekkelse av samfunnsengasjement, verken online eller offline, i den fireårsperioden som vi har undersøkt. I tillegg er det et viktig poeng at engasjement på Facebook i hovedsak virker mobiliserende for de formene for offline samfunnsengasjement som ble analysert. Utbredelsen av internettbaserte medier undergraver dermed ikke sivilsamfunnets rolle som arena for samfunnsengasjement. Med internettbaserte medier har sivilsamfunnet fått nye kanaler for mobilisering av potensialet for engasjement.

## Referanser

- Anduisa, E., Jensen, M. J., & Jorba, L. (2012). *Digital media and political engagement worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Arnesen, D., Sivesind, K. H., & Gulbrandsen, T. J. (2016). *Fra medlemsbaserte organisasjoner til koordinert frivillighet? Det norske organisasjonssamfunnet fra 1980 til 2013*. Rapport: 2016:05, Oslo: Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor.
- Bakardjieva, M. (2015). Do clouds have politics? Collective actors in social media land. *Information, Communication & Society*, 18(8): 983–990.
- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2010). MyFaceTube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults. *Social Science Computer Review* 28(1): 24–44.
- Bennet, W. L. (2008). Changing citizenship in the digital age. I W. L. Bennet (Red.) *How digital media can engage youth*. Cambridge: MIT Press, s. 1–24.
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action. *Information, Communication & Society*, 15(5): 739–768.
- Bode, L. (2012). Facebooking it to the polls: a study in online social networking and political behavior. *Journal of Information Technology & Politics*, 9(4): 352–369.
- Bonfadelli, H. (2002). The Internet and knowledge gaps: A theoretical and empirical investigation. *European Journal of Communication*, 17, 65–84.
- Boulianne, S. (2009). Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research. *Political Communication*, 26(2): 193–211.
- Boulianne, S. (2011). Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest. *Political Communication* 28(2): 147–162.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication and Society*, 18(5): 524–538.
- Boyd, D. (2011). Social network sites as networked publics: Affordances, dynamics and implications. I Papacharissi, Z. (Red.) *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge, s. 39–58.
- Briones, R. L., Kuch, B., Liu, B., & Jin, Y. (2011). Keeping up with the digital age: How the American Red Cross uses social media to build relationships. *Public Relations Review*, 37: 37–43.
- Chan, M., Wu, X., & Hao Y. Q. (2012). Microblogging, online expression, and political efficacy among young Chinese citizens: The moderating role of information and entertainment needs in the use of Weibo. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 15(7): 345–349.
- Conroy, M, Feezell, J. T., & Guerrero, M. (2012). Facebook and political engagement: a study of online political group membership and offline political engagement. *Computers in Human Behavior* 28(5): 1535–1546.

- Dahlberg, L., & Siapera, E. (2007). *Radical Democracy and the Internet*. New York: Palgrave Macmillan.
- Dahlgren, P. (2005). The Internet, public spheres, and political communication: Dispersion and deliberation. *Political Communication* 22(2): 147–162.
- Dalton, R. (1998). *Citizen politics in western democracies*. New Jersey: Chatham.
- Dalton, R. (2006). *Citizen politics: Public opinion and political parties in advanced western democracies*. CQ Press: Washington.
- Dalton, R. (2008) *The good citizen: How a younger generation is reshaping American politics*. Washington: CQ Press.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Celeste, C., & Shafer, S. (2004). Digital inequality: From unequal access to differentiated use. I K. Neckerman (Red.), *Social Inequality*. New York: Russell Sage Foundation, pp.355–400.
- Earl, J., Hunt, J., Garrett, R.K., & Dal, A. (2015). New technologies and social movements. I D. Della Porta, & M. Diani (Reds.) *The Oxford Handbook of Social Movements*. Oxford: Oxford University Press.
- Eng, T., Liu, C., & Sekhon, Y. (2012). The role of relationally embedded network ties in resource acquisition of British nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 41: 1092–1115.
- Eimhjellen, I., Wollebæk, D., & Strømsnes, K. (2014). Associations online. Barriers to using web-based communication in voluntary organizations. *Voluntas – International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 25(3): 730–753.
- Eimhjellen, I., & Ljunggren, J. (2017). *Kollektiv handling i digitale medier: Nye digitale skiller?* Oslo: Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor.
- Eimhjellen, I. S. (2014). *From face-to-face to Facebook: Web technologies in Norwegian civil society* (Ph.d.). Bergen: University of Bergen.
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2013). *Liker – liker ikke. Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Enjolras, B., Steen-Johnsen, K., & Wollebæk, D. (2013). Social media and mobilization to offline demonstrations: Transcending participatory divides? *New Media & Society*, 15(6): 890–908.
- Folkestad, B., Christensen, D. A., Strømsnes, K., & Selle, P. (2015). *Frivillig innsats i Noreg 1998–2014. Kva kjenneteikner dei frivillige og kva har endra seg?* Rapport 4/2015. Bergen/Oslo: Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor.
- Gil de Zúñiga, H., Puig-I-Abril, E., & Rojas H. (2009). Weblogs, traditional sources online and political participation: an assessment of how the internet is changing the political environment. *New Media & Society*, 11(4): 553–574.
- Gil de Zúñiga, H., Bachmann, I., & Hsu, S. H. (2013). Expressive versus consumptive blog use: implications for interpersonal discussion and political participation. *International Journal of Communication*, 7: 1538–1559.

- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012) Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3): 319–336.
- Gil de Zúñiga, H., Copeland, L., & Bimber, B. (2014). Political consumerism: Civic engagement and the social media connection. *New Media & Society*, 16(3): 488–506.
- Gil de Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4): 612–634.
- Guo, C., & Saxton, G. (2014). Tweeting social change: How social media are changing nonprofit advocacy. *Nonprofit and voluntary sector quarterly*. 43(1): 57–79.
- Hendriks, P. G. J., Hagemann, C. P. M., & Van Snippenburg, L. B. (2004). Political knowledge and media use in the Netherlands. *European Sociological Review*, 20: 415–424.
- Inglehart, R. (1997) *Modernization and postmodernization: Cultural, economic and political change in 43 societies*, Princeton: Princeton University Press.
- Kanter, B., & Fine, A.H. (2010). *The networked nonprofit: Connecting with social media to drive change*. Jossey-Bass.
- Krueger, B. S. (2002). Assessing the potential of Internet political participation in the United States: A resource approach. *American Politics Research*, 30: 476–498.
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13(5): 608–630
- Lovejoy, K., & Saxton, G. D. (2012). Information, community, and action: How nonprofit organizations use social media. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17: 337–353.
- Margolis, M., & Resnick, D. (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace "Revolution."* Thousand Oaks, CA: Sage.
- Morozov, E. (2009). The brave new world of slacktivism. I S. Glasser (Red.) *Foreignpolicy.com*. Washington: Slate Group.
- Norris, P. (1999). *Critical citizens. Global support for democratic governance*, Oxford: Oxford University Press.
- Norris P. (2001). *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Polat, R. K. (2005). The Internet and political participation: Exploring the explanatory links. *European Journal of Communication*, 20: 435–459.
- Park, N, Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 12(6): 729–733.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Democracy*. New York: Simon & Schuster.
- Skocpol, T., & Fiorina, M. P. (1999). *Civic engagement in American democracy*. Brookings Institution Press.
- Skoric, M. M., & Kwan, G. C. E. (2011). Platforms for mediated sociability and online social capital: The role of Facebook and massively multiplayer online games. *Asian Journal of Communication*, 21(5): 467–484.
- Skoric, M. M., & Poor, N. D. (2013). Youth engagement in Singapore: The interplay of traditional and social media. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 57(2): 1–18.
- Vitak, J., Zube, P., & Smock, A. (2011). It's complicated: Facebook users' political participation in the 2008 election. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14(3): 107–114.
- SSB. (2018). Bruk av IKT i husholdningene. <https://www.ssb.no/ikthus>
- Stein, L. (2009). Social movement web use in theory and practice: a content analysis of US movement websites. *New Media & Society*, 11(5): 749–771.
- Valenzuela S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is there social capital in a social network site? Facebook use and college students' life satisfaction, trust, and participation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 14(4): 875–901.
- Verba, S., Schlozman, K. L., & Brady, H. E. (1995). *Voice and Equality: Civic Voluntarism in American Politics*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Vitak, J. (2012). The impact of context collapse and privacy on social network site disclosures. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 56(4): 451–470.
- Weber, L. M., Loumakis, A., & Bergman, J. (2003). Who participates and why? An analysis of citizens on the Internet and the mass public. *Social Science Computer Review*, 21: 26–42.
- Wellman, B., Quan-Haase, A., Witte, J., & Hampton, K. (2001). Does the Internet increase, decrease or supplement social capital? Social networks, participation and community commitment. *American Behavioral Scientist*, 45: 436.
- Wright, S. (2010). Political as usual? Revolution, normalization and a new agenda for online deliberation. I F. De Cindio, A. Machintosh, & C. Peaboni (Eds.) *Online Deliberation. Fourth International Conference, OD2010*. Leeds.
- Zhang, W., Johnson, T. J., & Seltzer, T. (2010). The revolution will be networked: The influence of social networking sites on political attitudes and behavior. *Social Science Computer Review*, 28(1): 75–92.
- Zukin, C., Keeter, S., Andolina, M., Jenkins, K., & Delli Carpini, M. (2006). *A new engagement? Political participation, civic life and the changing American citizen*. New York: Oxford University Press.

## Appendiks

**Tabell A.1:** Frivillig engasjement online og offline etter kjønn, utdanning og husholdsinntekt i 2012 (panelet, N = 822).

	Frivillig Facebook-gruppe som er medlem	Gjennomsnittlig antall medlemmer i frivillige organisasjoner	Gjennomsnittlig tid frivillig innsats i uken	Lokal protest Facebook-gruppe som er medlem	Nasjonal protest Facebook-gruppe som er medlem	Internasjonal protest Facebook-gruppe som er medlem
<b>Utdanning</b>						
Grunnskoleutdanning	3,52	1,40	3,41	1,55	1,57	1,29
Videregående utdanning	12,55	1,69	3,31	5,32	4,81	3,91
Fagutdanning/yrkesutdanning	6,55	2,01	3,24	2,72	2,42	1,64
Universitets-/høgskoleutdanning 3 år	20,80	2,22	2,97	8,37	7,56	8,08
Universitets-/høgskoleutdanning mer enn 3 år	9,84	2,61	2,81	3,69	3,87	3,47
<b>Total</b>	53,28	2,08	3,08	21,65	20,24	16,40
<b>Husholds inntekt</b>						
Under 200 000 kroner	3,45	1,58	3,11	1,63	1,87	1,55
200 000 – 399 999 kroner	6,32	1,75	3,26	2,48	2,69	2,34
400 000 – 599 999 kroner	9,31	2,11	3,18	3,76	3,58	2,94
600 000 – 799 999 kroner	10,91	2,18	3,01	4,15	3,87	2,84
800 000 – 999 999 kroner	9,03	2,30	2,88	3,59	3,16	2,50
1 000 000 – 1 199 000 kroner	4,67	2,33	2,82	2,02	1,52	1,26
1 200 000 – 1 399 000 kroner	2,16	2,24	2,86	0,87	0,70	0,58
1 400 000 kroner eller mer	1,77	2,34	2,82	0,62	0,59	0,52
<b>Total</b>	53,30	2,08	3,08	21,63	20,14	16,30
<b>Kjønn</b>						
Mann	22,55	2,11	3,03	9,50	9,57	7,21
Kvinne	30,74	2,05	3,14	12,15	10,68	9,20
<b>Totalt</b>	53,29	2,08	3,08	21,66	20,24	16,41

**Tabell A.2:** Lineær regresjon: Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe, en lokal, nasjonal, eller internasjonal protestgruppe på Facebook på tid til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner: Befolkningsutvalg 2012 (N = 5019).

	Frivillig gruppe på Facebook 2012					
	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid
<b>Friv. org. Facebook</b>	.826***	.149**				
<b>Facebook Lokal protestgruppe</b>			.514***	.008		
<b>Facebook Nasj. protestgruppe</b>					.595***	.047
<b>Facebook Int. protestgruppe</b>						.700***
<b>Alder</b>	.022***	.009***	.023***	.009***	.024***	.009***
<b>Utdanning</b>	.244***	-.236***	.232***	-.232***	.231***	-.232***
<b>Husholdsinntekt</b>	.014	.030	.002	.028	.011	.029
<b>Kjønn</b>	.002	-.109	.126	-.111	.139	-.110
<b>Antall barn under 15</b>	.102**	-.038**	.004***	-.032**	.032***	-.029**
<b>Konstant</b>	-.357	3.334***	-.179	3.423***	-.328**	3.400***
						-.159
						3.429***

**Tabell A.3:** Lineær regresjon: Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe, en lokal, nasjonal eller internasjonal protestgruppe på Facebook på tid til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner. Befolkningsutvalg 2014 (N = 5677).

	Frivillig gruppe på Facebook 2014					
	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid
<b>Friv. org. Facebook</b>	.960***	.240**				
<b>Facebook Lokal protestgruppe</b>			.622***	.080		
<b>Facebook Nasj. protestgruppe</b>					.721***	-0.000
<b>Facebook Int. protestgruppe</b>						.756***
<b>Alder</b>	.016***	.011***	.016***	.010***	.017***	.010***
<b>Utdanning</b>	.170***	-.181***	.199***	-.172***	.187***	-.176***
<b>Husholdsinntekt</b>	.002	.004	.000	.004	.006	.001
<b>Antall barn under 15</b>	.126***	-.063	.133***	-.066	.151***	-.063
<b>Kjønn</b>	-.023	.001	.051	.006	.058	.010
<b>Konstant</b>	.180	2.876***	.368**	3.009***	.309**	3.034***
						.038
						.342**
						2.937***



**Tabell A.4:** Lineær regresjon: Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe, en lokal, nasjonal, eller internasjonal protestgruppe på Facebook på tid til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner: Befolkningsutvalg 2016 (N = 5054).

	Frivillig gruppe på Facebook 2016					
	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons- medlemskap	Frivillig arbeid
<b>Friv. org. Facebook</b>	1.006***	-.213***				
<b>Facebook Lokal protestgruppe</b>			.653***	.030		
<b>Facebook Nasj. protestgruppe</b>					.770***	-.064
<b>Facebook Int. protestgruppe</b>						.932***
<b>Alder</b>	.014***	.006**	.015***	.007***	.015	.006**
<b>Utdanning</b>	.229***	-.186***	.245***	-.197***	.240	-.187***
<b>Husholdsinntekt</b>	-.009	.039**	-.012	.047**	-.008	.041**
<b>Antall barn under 15</b>	.073**	-.163***	.123***	-.178***	.129***	-.188***
<b>Kjønn</b>	-.013	.263***	.033	.275***	.050	.262***
<b>Konstant</b>	.024	3.322***	.230	3.159***	.167	3.216***
						.229***
						.062
						.007***
						-.188***
						.045**
						-.182***
						.276***
						3.109***

**Tabell A.5:** Tilfeldige-effekter panel lineær regresjon: Effekt av medlemskap i en frivillig organisasjonsgruppe, en lokal, nasjonal, eller internasjonal protestgruppe på Facebook på tid til frivillig arbeid og antall medlemskap i frivillige organisasjoner. Panel (N = 822).

	Frivillig gruppe på Facebook						Frivillig arbeid	Organisasjon-smedlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjon-smedlemskap	Frivillig arbeid
	Organisasjons-medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjons-medlemskap	Frivillig arbeid	Organisasjon-smedlemskap	Frivillig arbeid					
<b>Friv. org. Facebook</b>	.897***	.1649***									
<b>Facebook Lokal protestgruppe</b>			0.558***	0.032							
<b>Facebook Nasj. protestgruppe</b>					0.654***			0.028			
<b>Facebook Int. protestgruppe</b>									0.769***		0.129*
<b>Alder</b>	.020***	0.020***	0.019***	0.011***	0.021***			0.012***	0.021***		0.012***
<b>Utdanning</b>	.201***	0.225***	0.291***	-0.188***	0.218***			-0.190***	0.214***		-0.192***
<b>Husholdsinntekt</b>	.015*	0.012	0.008	0.007	0.018**			0.005	0.016*		0.007
<b>Antall barn under 15</b>	-.037	0.108***	0.050	-0.090**	0.122***			-0.087**	0.134***		-0.083**
<b>Kjønn</b>	.105***	0.018	-0.055	0.022	0.033			0.025	0.019		0.022
<b>Konstant</b>	-.124	2.994***	0.095	3.097***	0.001			3.093***	0.030		3.052***

\*\*\*p<0.01, \*\*p<0.05, \*p<0.1