



Høgskulen på Vestlandet

Masteroppgave

MASA645-MG-2021-HØST-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	17-08-2021 09:00	Termin:	2021 HØST
Sluttdato:	31-08-2021 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Masteroppgave		
Flowkode:	203 MASA645 1 MG 2021 HØST		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.:	404
---------------------	-----

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	22440
----------------------	-------

Egenerklæring *: Ja

Jeg bekrefter at jeg har Ja registrert oppgavetittelen på norsk og engelsk i StudentWeb og vet at denne vil stå på vitnemålet mitt *:

Jeg godkjenner avtalen om publisering av masteroppgaven min *

Ja

Er masteroppgaven skrevet som del av et større forskningsprosjekt ved HVL? *

Nei

Er masteroppgaven skrevet ved bedrift/virksomhet i næringsliv eller offentlig sektor? *

Nei



Høgskulen
på Vestlandet

MASTEROPPGAVE

Sosiale medier og sosial kapital blant unge under en pandemi.

Social media and social capital among youths during a pandemic.

Line Marie Kristiansen

Master i samfunnsarbeid
Institutt for velferd og deltaking
Veileder Gudmund Ågotnes
31.08.2021



Sosiale medier og sosial kapital blant unge under en pandemi

Sammendrag

Mastergradsoppgave i samfunnsarbeid, Høgskulen på Vestlandet

Sosiale medier og sosial kapital blant unge under en pandemi.

Av Line Marie Kristiansen, august 2021

Bakgrunn og formål: Da COVID-19 ble erklært en pandemi i mars 2020 stengte Norge ned. Nedstengingen førte til store endringer og stor usikkerhet kanskje spesielt for unge på videregående skole, som ikke fikk gå på skole, trening eller å møte venner eller kjærester. Nedstengingen har påvirket unges sosiale liv, og dermed trolig deres sosiale kapital. Formålet med oppgaven er å finne ut om sosiale medier kan være med på å vedlikeholde de unges sosiale kapital under pandemien gjennom å utforske unges sosiale nettverk og deres bruk av nettverkstjenester.

Hypotese: Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien.

Metode: Datamaterialet består av tre kvalitative fokusgruppeintervjuer med deltakere i alderen 16-19 år. Studien har en hypotetisk-deduktiv tilnærming forankret i hermeneutisk vitenskapsteori og kvalitative metode med en temasentrert analyse.

Funn: Analysen viser at bruken av sosiale medier har hatt en betydelig økning blant unge under pandemien. Sosiale medier har blitt brukt for å holde kontakten og støtte hverandre, samt for å finne informasjon og for underholdning og er plattformer brukt for å gi og motta sosial emosjonell- og praktisk støtte. Ved bruk av fire delproblemstillinger diskuterer oppgaven hvordan unge bruker sosiale medier, hvordan det har endret seg under pandemien, hvordan sosiale medier har virket som en erstatning for fysiske møter og hvordan sosiale medier vedlikeholder unges sosiale kapital. Om sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital er en kompleks diskusjon, men sosiale medier har uten tvil vært et verktøy for å opprettholde unges sosiale kapital.

Nøkkelord: sosiale medier, sosiale nettverk, sosial kapital, sosial støtte, unge, videregående, pandemi, COVID-19.

Summary

Masterthesis in Community Work, Western Norway University of Applied Sciences

Social media and social capital among youths during a pandemic.

By Line Marie Kristiansen, August 2021

Background and purpose: When COVID-19 was declared a pandemic in March 2020, Norway shut down. This has led to major changes and great insecurity, perhaps especially for the young people in high school, who were not allowed to go to school, organized training or to meet friends or girlfriends/boyfriends. The lockdown has affected young people's social lives, and thus probably their social capital. The purpose of this thesis is to find out if social media can help maintain young people's social capital during the pandemic by exploring young people's social networks and their use of networking services.

Hypothesis: Social media has maintained young people's social capital during the COVID-19 pandemic.

Methods: The data material consists of three qualitative focus group interviews with participants aged 16-19 years. The study has a hypothetical-deductive approach rooted in hermeneutic science theory and qualitative methods with a theme-centred analysis.

Findings: The analysis shows that the use of social media has had a significant increase among young people during the pandemic. Social media has been used to keep in touch and support each other, as well as to find information and for entertainment and are platforms used for giving and receiving social emotional and practical support. Using four sub-issues, the thesis discusses how young people use social media, how it has changed during the pandemic, how social media has acted as a substitute for physical meetings and how social media maintains young people's social capital. Whether social media has maintained young people's social capital is a complex discussion, but social media has undoubtedly been a tool for sustaining young people's social capital.

Key words: social media, social networks, social capital, social support, youth, high school, pandemic, COVID-19.

Forord

Takk til medstudenter, veileder, venner, familie og informanter.

Ingen nevnt, ingen glemt.

Kristiansand, august 2021

Line Marie Kristiansen

Innholdsfortegnelse

Sammendrag	3
Summary	4
Forord	5
1.0. Innledning	8
1.1. Problemstilling	9
1.2. Bakgrunn for valg	10
1.3. Sentrale begreper	11
1.3.1. Sosiale medier	11
1.3.2. Nedstengning av Norge	12
1.4. Disposisjon av oppgaven	14
2.0. Bakgrunn	15
2.1. Liker – Liker ikke	15
2.2. Sosiale medier	16
2.3. Barn og medier 2020	16
2.4. Ungdata 2020	17
2.5. U-report Norge	17
2.6. Psykisk helse hos ungdom under COVID-19. - Ensomhet, venner og sosiale medier	18
2.7. Oslo-ungdom i koronatiden	19
2.8. Oppsummering	20
3.0. Forskningsmetode	21
3.1. Valg av metode	21
3.2. Vitenskapsteoretisk tilnærming	22
3.3. Kvalitativ forskningsmetode	22
3.4. Forforståelse	22
3.5. Rekruttering av informanter	23
3.6. Fokusgruppeintervju	25
3.6.1. Fordeler med fokusgruppeintervju	28
3.6.2. Ulemper med fokusgruppeintervju	29
3.6.3. Lokasjon	29
3.7. Transkribering av intervju	31
3.8. Analyse av datamateriale	31
3.9. Etikk	32
4.0. Teoretisk rammeverk	35
4.1. McQuails fire kategorier av massemedier	35
4.2. Sosiale nettverk	36

4.2.1. Nettverksteknologi	37
4.2.2. Unges sosiale nettverk.....	39
4.3. Kapital	39
4.4. Sosial kapital	40
4.4.1. Unges sosiale kapital	41
4.4.2. Sosial kapital på sosiale medier.....	42
4.4.3. Sosial støtte	44
4.5. Fra sosiale nettverk til sosial støtte.....	45
5.0. Resultater og analyse	46
5.1. Sosiale medier.....	46
5.1.1. Snapchat – Livet i bilder.....	47
5.1.2. Instagram – Extreme makeover	48
5.1.3. Tiktok – Tiden går	49
5.1.4. Facebook – Hjelp for små, men aller mest store.....	51
5.1.5. Influensere	52
5.1.6. Oppsummering av sosiale medier.....	54
5.2. Sosiale felleskap under en pandemi.....	56
5.3. Endringer rundt sosiale medier etter starten av pandemien	58
6.0. Diskusjon	60
6.1. Hva bruker unge sosiale medier til under en pandemi?.....	60
6.2. Har unges bruk av sosiale medier endret seg under pandemien?	62
6.3. Hvordan kan sosiale medier fungere som en erstatning for fysiske møter? 63	
6.4. Kan unges sosiale kapital vedlikeholdes over sosiale medier?	64
7.0. «Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien.»	66
Referanseliste.....	69
Vedlegg 1: Godkjenning fra NSD.....	76
Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring til informanter	79
Vedlegg 3: Intervjuguide (til første fokusgruppeintervju).....	83
Vedlegg 4: Intervjuguide (til andre og tredje fokusgruppeintervju)	84
 Figurinnholdsfortegnelse	
Figur 1. Traktdesign av et fokusgruppeintervju.....	26

1.0. Innledning

31. desember 2019 plukket Verdens Helseorganisasjons (WHO) landskontor i Kina opp en medieerklæring fra Wuhans kommunale helsekommunikasjon om en spredning av lungebetennelse i Wuhan (Verdens Helseorganisasjon, 2020). Fra dette tidspunktet og fremover er det daglige rapporter og oppdateringer om hvordan lungebetennelsen utviklet seg. Den 11. januar rapporterte kinesiske medier at det første dødsfallet grunnet COVID-19 hadde funnet sted. Det første smittetilfellet utenfor Kina ble registrert i Thailand den 13. januar (WHO, 2020). Etter dette gikk det ikke lang tid før flere land meldte om COVID-19 smittede, og det var klart at COVID-19 ikke var en vanlig lungebetennelse. Den 26. februar ble viruset for første gang påvist i Norge (Kolberg, Olsson, Elster, Lote, Mjaaland & Åsali, 2020). Smitten økte raskt i store deler av verden, inkludert i Norge og den 11. mars 2020 erklærte WHO at COVID-19 kunne bli karakterisert som en pandemi (WHO, 2020). Den 12. mars 2020 stengte Norge ned (Regjeringen.no, 2020).

Nå, over ett år senere, er det fremdeles restriksjoner i ulik grad på landsbasis, som endres i forhold til smittetallet i de ulike regionene. Det har vært bølger av smitte og det dukker stadig opp nye mutasjoner av viruset. Det er fremdeles usikkerheter om når livet vil gå tilbake til normalen. Selv om det er vanskelig å se konsekvensene av nedstenging og restriksjoner når en fremdeles står i det, kan en allerede nå se at dette er et år som har påvirket mange. Skoler har vekslet mellom å være åpne, med restriksjoner, eller å være på internett. Det å ha fysisk kontakt med folk har blitt vanskeligere. Dette har gjort at flere har erstattet den fysiske kontakten med kommunikasjon på nett, over sosiale medier. Det har vært en betydelig økning internasjonalt i bruk av sosiale medier blant unge under pandemien (Nøkleby, Berg, Muller & Ames, 2020, s.33). Når skolen foregår hjemme, fritidsaktiviteter og treningssenter stenger og det blir vanskeligere å ha besøk har ungdom følt på en større ensomhet og på et savn av venner (Bekkehus, Soest & Fredriksen, 2020). Ungdom trekkes dermed mot å være sammen over nettet, der de fremdeles kan være samlet. Om det handler om å holde hverandre oppdatert, eller å vise hvor produktiv, eller uproduktiv en kan være når alt er stengt, så finnes det plattformer der en kan være sammen om det. I denne oppgaven ønsker jeg å se nærmere på hvordan ett år i pandemi har påvirket unge på videregående skole, og hvordan

sosiale medier har vært en med- eller motspiller i hvordan de har taklet den nye hverdagen og hvordan dette har påvirket deres sosiale liv og omgang med jevnaldrende, eller, sett fra et teoretisk perspektiv, deres sosiale kapital.

1.1. Problemstilling

Det er spennende å undersøke hvordan en gruppe mennesker blir påvirket under en pandemi, mens pandemien pågår. Da er det mulig å få tak i ufiltrerte følelser og tanker, og ikke prosesserte meninger og ettertanker. Ved å undersøke et fenomen mens det fremdeles pågår kan en samle data som i ettertid kan være glemt eller forvrengt av tid eller egen hukommelse. Det vil ikke lenger være mulig å ha og å videreformidle de rå følelsene en opplever når en står midt i unntakstilstanden. Ved å undersøke pandemiens virkninger under pandemien vil dermed informasjonen jeg har samlet inn ikke være gjennomtenkte, men ta utgangspunkt i hvordan informantene mine følte det akkurat da.

Målet med masterprosjektet er å avkrefte eller bekrefte en hypotese som jeg har formulert. Hypotesen er som følger:

Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien.

For å undersøke denne hypotesen har jeg valgt å bruke en kvalitativ forskningsmetode: fokusgruppeintervju. Jeg har intervjuet åtte ungdommer fordelt på to fokusgrupper, og tre intervjuer, om hva de selv tenker. Informantene representerer en del av en større demografi, men ved å bruke informasjonen fra dem sammen med allerede eksisterende materiale, mener jeg at en kan få en god indikator på hvordan de unge selv tenker og opplever pandemien. For å undersøke hypotesen har jeg valgt å formulere fire delproblemstillinger som alle omhandler temaer som går inn under hypotesen og de vil dermed være til hjelp for å besvare denne.

Delproblemstillingene er:

1. Hva bruker unge sosiale medier til under en pandemi?
2. Har unges bruk av sosiale medier endret seg under pandemien?
3. Hvordan kan sosiale medier fungere som en erstatning for fysiske møter?

4. Kan unges sosiale kapital vedlikeholdes over sosiale medier?

Med delproblemstillingene ønsker jeg å videre utforske hva som eventuelt har endret seg og hvordan. Her kan jeg ta et dypdykk i hvordan faktorer eventuelt har endret seg, men også hva unge bruker sosiale medier til. Alle spørsmålene omhandler hvordan unge ser på og bruker sosiale medier, unges sosiale kapital og hvordan COVID-19 har endret hverdagen til de unge. Spørsmålene innebærer muligheten til å finne ut av hvordan de unge selv ser på eget bruk og egen fremtid. Samtidig som de gir rom for å diskutere hvordan de unge har blitt påvirket både psykisk og fysisk av pandemien og nedstengingene som følge av pandemien. Dette mener jeg er interessant da dette er en oppgave skrevet i en pandemi uten noen klar slutt. At det ikke finnes noe svar på når pandemien vil være over gjør det vanskelig å planlegge fremover og kan være med å skape ytterligere usikkerhet blant de unge.

1.2. Bakgrunn for valg

Da jeg startet å tenke på hva jeg skulle skrive master om, var allerede pandemien godt i gang. Det var samtidig stor usikkerhet over hvor lenge pandemien kom til å vare. Selv under nedstenging og restriksjoner tenkte jeg aldri at jeg kom til å bruke mesteparten av tiden med masteren alene i sengen min i mangel på bibliotek, lesesaler og ikke minst en egen skrivepult hjemme. COVID-19 har gjort masterprosessen vanskeligere enn hva den ville vært uten restriksjoner, men den har også vært med å endre hele masteren. Det ville vært utfordrende å intervju informanter uten å vedkjenne seg situasjonen som vi alle står i. Det har også vært krevende å holde fysiske intervjuer generelt. Masterprosessen har gått fra det jeg tenkte skulle være en sosial opplevelse, både med informanter og medstudenter, til å være en prosess som i all hovedsak foregikk via samtaler gjennom en skjerm. COVID-19 har også hjulpet meg å være nytenkende. På grunn av pandemien har jeg fått utforsket nye metoder jeg ikke har brukt før, og jeg har endret masteren til noe jeg synes er spennende og aktuelt.

Istedenfor å tenke på hvilke ulemper denne pandemien har for meg har jeg heller tenkt på dem som er yngre enn meg som ikke er like etablert. På de som nå må finne ut av hvem de er og hva de vil gjøre videre i livene sine. Dette tror jeg spesielt er

viktig for elever på videregående skoler som enten har startet på skole under unormale forhold eller som skal finne ut hva de vil etter videregående. Usikkerheten for fremtiden tror jeg er spesielt vanskelig for elever på videregående skole. Jeg kan være farget av at jeg har nære som er i denne situasjonen nå, og at jeg skulle ønske at livet deres var like åpent som det var for meg da jeg var i samme situasjon. At deres fremtid skulle være usikker på grunn av egne valg, og ikke på grunn av en pandemi og pandemiens restriksjoner og ettervirkninger.

Samtidig har jeg også hatt en voksende interesse for sosiale medier under pandemien. Dette er trolig fordi jeg har mer tid alene og dermed mer tid å bruke på mobilen. Det å bruke mer tid på ulike sosiale medier har nok ført til at jeg nå i større grad ser hvordan ulike plattformer kan påvirke de som bruker dem. Jeg mener at ulike sosiale medier kan være en fantastisk plattform for mange, men en plattform som også kan være ødeleggende og som kan være med på å skape en destruktiv tankegang og/eller oppførsel blant sine brukere. At sosiale medier kan være både oppløftende og destruktivt er ikke et nytt fenomen, men et fenomen som kanskje har blitt forsterket av at de aller fleste har mer tid alene. Sosiale medier kan være et sted å finne trøst, samhold og likesinnede fra eget og venners nettverk, men også et sted der hat og forskjeller kan forsterkes. Tanker som dette har vært i bakgrunnen når jeg sakte, men sikkert fant ut hva jeg ville skrive masteren min om.

1.3. Sentrale begreper

For å ha lik forståelse av sosiale medier gjennom oppgaven vil jeg innledningsvis forklare begrepet grundig. Jeg vil også presentere hva som hendte da Norge stengte ned i mars 2020, da dette bidrar til å sette oppgaven i kontekst.

1.3.1. Sosiale medier

Sosiale medier er et vagt begrep som ikke nødvendigvis betyr det samme for alle. Begrepet sosiale medier er et sekkebegrep som av Ida Aalen (2015, s. 19) beskrives som et medium som må inneholde to trekk:

1. At det ikke er et klart skille mellom publikumet og avsender, og at dem som konsumerer er de samme som de som produserer innhold på sosiale medier.

2. At sosiale medier er et medium som legger til rette for mange-til-mange kommunikasjon.

Disse trekkene innebærer at mange varianter av sosiale medier kan inkluderes i kategorien som ikke vil være relevant videre i oppgaven. Jeg har derfor valgt å benytte meg av begrepet sosiale nettverkstjenester (SNS), en underkategori av sosiale medier. Som er en mer konkret definisjon som luker ut en del sosiale medier som ikke vil være relevant som diskusjonsforum og debattinnlegg i digitale aviser. SNS ble definert i 2007, og oppdatert i 2013, av Danah M. Boyd og Nicole B. Ellison. Det er tre kriterier som må oppfylles for å være en sosial nettverkstjeneste:

1. Hver bruker har sin egen profil bestående av innhold skapt av brukeren, andre brukere og/eller av systemet.
2. Brukeren kan selv lage en liste over relasjoner, som følgere eller venner på tjenesten, denne listen er synlig og brukere kan gå videre fra en profil til en annen via denne listen.
3. Brukeren kan interagere, produsere og konsumere med brukergenerert innhold i en nyhetsstrøm. (Ellison & Boyd, 2013).

De mer åpne sosiale mediene som diskusjonsforum faller ut av definisjonen av begrepet sosiale medier, mens plattformene som blir brukt mest av norske barn og unge som; Facebook, Instagram, Snapchat, YouTube og Tiktok (Medietilsynet, 2020, s. 5) fremdeles faller under kategoriseringen. Disse sosiale mediene er lett tilgjengelige ved bruk av apper på telefonen og 90 prosent av 9-18 åringer i Norge er på en eller flere av de nevnte SNS-ene (Medietilsynet, 2020, s. 20). Videre i oppgaven vil jeg bruke begrepet sosiale medier for å beskrive sosiale nettverkstjenester. Om andre typer sosiale medier blir nevnt vil det bli tydelig påpekt at disse ikke inngår i definisjonen av SNS slik at det ikke oppstår noe forvirring.

1.3.2. Nedstengning av Norge

Nedstengingen av Norge i mars 2020 førte til konsekvenser og endringer som påvirket hele landet. Restriksjonene har vært ulike og det har variert ut ifra smittetallene i regionene på tidspunktet. Det vil si at en i noen landsdeler kan ha vært under sterke restriksjoner over lang tid, mens andre kan ha opplevd en tilnærmet

normal hverdag. Per 31.08.2021 har det fra og med februar 2020 ifølge Folkehelseinstituttet (2021) vært gjennomført 7,200,921 COVID-19 PCR tester, av disse har det blitt meldt om 158,387 smittetilfeller, 4879 innlagt på sykehus hvor 919 av disse har vært innlagt på intensivavdeling. Det har vært 814 dødsfall grunnet COVID-19 i Norge (Folkehelseinstituttet, 2021). Dette er relativt lave smitte- og dødstall i forhold til store deler av verden. Dette kan være på grunn av nedstengingen i mars 2020 og de følgende restriksjonene. En av de største endringene for elever på videregående skole kan være at all undervisning gikk fra å være fysisk til å bli digital da Norge stengte ned den 12. mars (Utdanningsdirektoratet, 2020, s. 24). Skolene har ikke vært stengt i hele perioden, men det har vært restriksjoner når skolen har vært åpne. Dette gjorde også at eksamener ble avlyst våren 2020, samt muntlige eksamener våren 2021 (Utdanningsdirektoratet, 2020, s. 98; Utdanningsdirektoratet, 2021). Til tider har skolene vært åpne for ulike klasser på dedikerte dager. Butikker, kontorer og bedrifter som ikke beregnes som nødvendige har i perioder vært stengte (Wig & Hopland, 2021). Generelt har hjemmekontor vært anbefalt så langt det har latt seg gjøre for de aller fleste (Arbeidsgiverportalen, 2021).

En annen viktig del av nedstengningen har vært at en skal redusere antall mennesker en møter. Alt fra om en kan ha besøk, til hvor mange en kan ha besøk av, til hvor mange en kan ha på offentlige arrangementer og hvor mange en kan møte ute. Spesielt har det vært mye fokus på å ikke håndhilse eller klemme hverandre (Høyland, Jørgensen & Halleland, 2020). Dette har gjort til at mye av fritidsaktivitetene til elever på videregående også har blitt satt på pause eller blitt gjennomført digitalt. Det har også satt en stopper for bursdagsfeiringer, vanlige fester, arrangementer og muligheten til å samle vennegjengen på samme måte som det en kunne før (Regjeringen, 2020). Til tider har de aller fleste steder der en kan møte folk, utenom ute, vært stengt eller svært avgrenset. Det har også vært restriksjoner på hvor mange en kan være ute, og selv da skal en kunne holde en meters, senere to meters, avstand.

I tillegg til arrangementer og møter har det også vært vanskeligere å drive med fysisk aktivitet, både organisert og egentrening. Organiserte treninger har vært nedstengt og vært under restriksjoner som at det må gjennomføres utendørs uten fysisk kontakt (Helsedirektoratet.no, 2021, 26. mars). Dette har kanskje spesielt vært vanskelig

innenfor lagsport når en ikke kan anholde kamper og treninger som normalt. Nedstengingen har gått hardest ut over treningssentrene som har vært stengt i lange perioder (Frøjd, 2020). Treningssentre er der største delen av elever på videregående trener (Bakken, 2020, s. 29). Dette medfører at det blir de unges eget ansvar å trene alene, uten hjelpemidler eller utstyr fra treningssentrene. Både lagsport og treningssentre er viktige sosiale arenaer for målgruppen, og et sted der mange vanligvis bruker mye tid. Å miste muligheten til å trene er dermed ikke bare noe som kan gå ut over fysisk form, men også deres sosiale liv.

Nedstengningen av Norge og restriksjonene i etterkant virker med andre ord å ha gått spesielt ut over målgruppen i denne oppgaven: I perioder har de ikke fått dratt på skolen eller på trening, mesteparten bor ikke alene og må dermed forholde seg til ugunstige besøksrestriksjoner, mange har måtte utsette å ta billappen og det har vært uaktuelt å dra på fest og arrangementer med venner. For en så ung målgruppe er dette mange endringer på en veldig kort periode og det er klart det vil ha påvirket dem.

1.4. Disposisjon av oppgaven

Masteroppgaven består av 7 kapitler. *Kapittel 1.* Innledning, med bakgrunn for valg, forskningsspørsmål og definisjoner av relevante begreper. *Kapittel 2.* Bakgrunn, med tidligere forskning på temaet. *Kapittel 3.* Forskningsmetode, med redegjørelse av den vitenskapelige tilnærmingen, kvalitative forskningsmetoden, datainnsamling- og analyseprosessen som ble brukt i oppgaven. *Kapittel 4.* Teoretisk rammeverk, med diskusjon av begreper og teorier om sosiale nettverk, nettverksteknologi, sosial kapital og sosial støtte og knytting av disse begrepene til unge og sosiale medier. *Kapittel 5.* Resultater og analyse, med funn fra datainnsamlingen og analyse opp imot bakgrunn og teori fra tidligere kapitler. *Kapittel 6.* Diskusjon, med utgangspunkt i de fire underproblemstillingene. *Kapittel 7.* Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien, der hypotesen prøves å falsifiseres eller verifiseres.

2.0. Bakgrunn

I dette kapittelet vil jeg presentere tidligere forskning som angår temaer i oppgaven. Jeg vil først kort presentere to bøker som er relevante med tanke på å oppnå kunnskap om sosiale medier i Norge før jeg vil ta et dypere innblikk i ulike rapporter som er skrevet det siste året. Det har blitt gjennomført flere undersøkelser med søkelys på unge og sosiale medier i 2020, både rapporter som var planlagt og gjennomført før pandemiens start og rapporten som ble til på grunn av COVID-19. De overordnede fokusene fra rapportene og deres spørreundersøkelser er på barn og unge, sosiale medier, COVID-19 og psykisk helse. Rapportene fra før pandemien startet handler overordnet om unges bruk og tilgang til sosiale medier, hvordan unge har det og hva de bruker tid på. Artikkene som ble planlagt og gjennomført under pandemien handler i stor grad om hvordan unge blir påvirket av denne både fysisk og psykisk. Det finnes utallige artikler og bøker som omhandler sosiale medier og bruken av dem, men jeg har valgt å fokusere på bøker med god grunnkunnskap og dagsaktuelle artikler og undersøkelser med fokus på å skrive fra unges perspektiv.

2.1. Liker – Liker ikke

Boken av Bernard Enjolras, Rune Karlsen, Kari Steen-Johnsen og Dag Wollebæk fra 2013 handler om sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet i Norge og bygger på empiriske undersøkelser av nordmenns bruk av sosiale medier. Boken inneholder informasjon om hva sosiale medier er, og hvordan sosiale medier fungerer i forhold til nettverk og sosial kapital noe som er relevant for diskusjonen i kapitlene 4.2., 4.2.1. og 4.4.2. Konsekvenser av sosiale medier som medier og nettverk er et spesielt interessant tema som boken legger frem, som vil være med å se sosiale medier fra flere sider.

«Liker- Liker ikke» er «gammel» i forhold til hvor fort internett endrer seg. Boken fokuserer i hovedsak på Facebook, og inkluderer ikke eksempler fra de nyeste sosiale mediene. Likevel inneholder boken grunnkunnskaper og slutninger som kan være overførbare til dagens bruk av sosiale medier og dermed videre i oppgaven.

2.2. Sosiale medier

Boken av Ida Aalen fra 2015 fokuserer på hva sosiale medier er, hvordan nordmenn bruker sosiale medier og hva bruken av sosiale medier gjør med enkeltmennesker. Aalens bok inneholder informasjon om hvordan teknologien har blitt en del av hverdagen, samt hvordan sosiale medier blir brukt av enkeltmennesker. Innenfor sistnevnte går boken inn på flere temaer som vil være aktuelle videre i oppgaven som; kommunikasjon, identitet, psykisk helse, sosial kapital og sosial støtte i kapitlene 4.1., 4.2.1., 4.2.2., 4.4.2. og 4.4.3. Aalen har et kritisk, men åpent blikk på hvordan sosiale medier fungerer, men eksempler fra spesielt Facebook, da dette også er en «gammel bok».

2.3. Barn og medier 2020

Medietilsynet gjennomfører en landsomfattende kartlegging annethvert år for å bidra til et oppdatert kunnskapsgrunnlag om bruken av sosiale medier blant barn og unge (Medietilsynet, 2020, s. 4). Rapporten er et produkt av en kvantitativ metode og gir innsyn i tilgang og bruk av sosiale medier er dermed god bakgrunn statistisk sett, uten at den går i dybden på hvorfor unge bruker sosiale medier slik de gjør. Fjorårets rapport sto ferdigstilt i oktober, og inneholder informasjon hentet fra 3395 barn i alderen 9 – 18 år (Medietilsynet, 2020, s. 10). Informantene er jevnt fordelt både når det gjelder kjønn og alder og har en god geografisk spredning med deltagere i alle landets fylker (Medietilsynet, 2020, s. 10). Undersøkelsen ble gjennomført i en skoletime der respondentene svarte på et nettbasert spørreskjema fra desember 2019 til januar 2020, altså fra før koronapandemien kom til Norge. Hovedpunkter i rapporten er tilgang til utstyr og teknologi, hvilke apper som blir brukt og hva de unge ser på i disse appene. Et poeng som stikker seg ut til meg i forhold til denne oppgaven er at over 8 av ti 13-18 åringer som bruker sosiale medier, har mye kontakt med vennene sine på de ulike plattformene (Medietilsynet, 2020, s. 5). Undersøkelsen viser også at Snapchat er det mest populære sosiale mediet etterfulgt av Tiktok og Instagram på delt andre plass.

2.4. Ungdata 2020

Den nettbaserte spørreundersøkelsen Ungdata 2020 gjennomføres hvert tredje år i de aller fleste kommuner i Norge (Bakken, 2020, s. 2). Målet for Ungdata er å få en oversikt over hvordan dagens ungdom har det og hva de driver med i fritiden på et lokalt, regionalt og nasjonalt plan (Bakken, 2020, s. 1). I likhet med Barn og Medier rapporten gjennomføres de nettbaserte spørreundersøkelsene i skoletiden og er basert på data samlet inn før COVID-19 for alvor ble et tema i Norge. Hovedpunktene fra rapporten er at 85 prosent av ungdom i Norge er tilfreds med livet sitt og at 80 prosent har alt de ønsker seg (Bakken, 2020, s. 2). De aller fleste er fornøyd med foreldrene og lærerne sine og ni av ti har venner de kan være fortrolige med. Samtidig viser det seg at syv prosent av informantene sier de har opplevd systematisert mobbing og at flere har opplevd seksuell trakassering og vold av jevnaldrende og voksne (Bakken, 2020, s. 2). 21 prosent av informantene fra videregående skole har opplevd psykiske helseplager uken før spørreundersøkelsen (Bakken, 2020, s. 2). Dermed er det ikke bare å se på at de aller fleste er fornøyd med eget liv. I tillegg til dette har undersøkelsen sett på hva de unge gjør på fritiden, med blant annet sosiale medier i fokus. Det viser seg at 28 prosent av informantene bruker mer enn tre timer på sosiale medier om dagen (Bakken, 2020, s. 25). Mer enn tre timer var svaralternativet med høyest antall timer i spørreundersøkelsen. I kontrast er det tre prosent som ikke bruker sosiale medier i det hele tatt (Bakken, 2020, s. 25). Et hovedfunn som blir lagt frem er at de unge er optimistiske om fremtiden (Bakken, 2020, s. 2).

2.5. U-report Norge

UNICEF jobber for barn og unges medvirkning og at deres stemmer skal bli hørt (UNICEF Norge, 2020, s. 5). En måte å gjøre dette på er å bruke U-report som er en digital medvirkningsplattform der unge kan si hva de mener om det som er viktig for dem (UNICEF Norge, 2020, s. 6). Det er ett lavterskel tilbud for unge mellom 13 og 19 år og anonymiseres direkte før innspillene blir kategorisert i både kjønn, alder og kommune (UNICEF Norge, 2020, s. 6). Rapporten inneholder spørsmål angående COVID-19 og hva de mener om myndighetenes håndtering av smitteverntiltakene. I tillegg kommer rapporten med vedlegg av meningene som er skrevet med alder,

kjønn og kommune, dermed er det mulig å se på meldinger skrevet av informanter i min målgruppe uten noe form for redigering av andre. Meldingene som er skrevet inn er delt inn i to kategorier, det som ikke har vært bra og det som har vært bra under pandemien. Det er spesielt interessant å se forskjellen på meldingene i de to kategoriene. Mens kategorien om det som har vært bra består av litt over åtte sider med svar som i all hovedsak er korte, er kategorien med det som ikke har vært bra på litt over seksten sider med mange lange kommentarer (UNICEF Norge, 2020).

Innholdet i kritikken går mye på hvordan de føler at unge ikke har vært prioritert når det kommer til nedstengingen, ulike restriksjoner og psykisk helse generelt. Flere mener at det er tull å åpne og lukke skolene, og at smittevernet på skolen er for dårlig. På den positive siden er det flere som er glad for at regjeringen tok pandemien på alvor, noen viser forståelse for at både yngre og eldre må prioriteres før dem og at tiltakene er for å beskytte befolkningen. Flere nevner også at de liker hjemmeskole; en kan sove lengre, spille FIFA når en vil og unngå lekser, samtidig mener andre at de har blitt flinkere på skolen og at de har fått stresset ned. At kritikkdelen av tilbakemeldingene er mye lengre enn de positive tilbakemeldingene viser trolig at de unge har flere meninger om hva som har blitt gjort feil under pandemien i forhold til hva som har blitt gjort riktig.

2.6. Psykisk helse hos ungdom under COVID-19. - Ensomhet, venner og sosiale medier.

Målet med denne undersøkelsen var å se om det å erstatte fysisk kontakt med jevnaldrende med digital kontakt kunne assosieres med ensomhet og dårlig mental helse blant norske ungdom (Bekkhuis m.fl., 2020). Informantene gikk på videregående. 689 informanter svarte på et elektronisk spørreskjema, og av disse var det stor overvekt av jenter. Funn fra studien viser at mange følte at de ikke var like aktive etter nedstengingen og at de kjedet seg (Bekkhuis m.fl., 2020). Den største endringen i unges hverdag etter at en ble rådet til å sosialt distansere seg fra andre er relatert til sosialt liv, psykisk helse og ensomhet (Bekkhuis m.fl., 2020). Over 50% av ungdommene i undersøkelsen følte seg ensom av og til eller alltid samtidig som at 47,3% sa de brukte minst fire timer på sosiale medier daglig. 193 respondenter ordla i åpne spørsmål at de savnet vennene sine (Bekkhuis m.fl., 2020). Resultatene viser

til at fysisk kontakt med venner har en stor betydning på informantenes opplevelse av psykiske helseproblemer og ensomhet og at en burde jobbe mot å lage arenaer der unge kan møtes fysisk og at sosiale medier kan legges bort (Bekkehus m.fl., 2020).

2.7. Oslo-ungdom i koronatiden

OsloMet har gjennomført undersøkelser som har fokusert på hvordan ungdom i Oslo har det under koronatiden. Denne undersøkelsen har vært grunnlaget for en rapport. Ut ifra funnene i rapporten har det også blitt skrevet to artikler som jeg benytter meg av. Undersøkelsen som er bakgrunnsmateriale ble sendt ut til oslo-ungdom på ungdoms- og videregående skole mens de hadde digital undervisning, det var frivillig å delta på undersøkelsen (OsloMet, 2020). Undersøkelsen ble gjennomført på et tidspunkt hvor ungdommen hadde da hatt seks uker, eller mer, med hjemmeundervisning (Bakken, Pedersen, Soest & Sletten, 2020, s. 2).

I undersøkelsen kom det frem at flertallet var flinke til å følge reglene om håndvask og håndhilsning og unngikk å være i store folkemengder, men at det var bare 50 prosent som opprettholdt god avstand til andre (Soest, Pedersen, Bakken & Sletten, 2020). Av de som opprettholdt reglene var det høyest oppslutning av jenter, ungdom med innvandrerbakgrunn og de som bodde i ytre Oslo øst. Generelt var tillitten til helsemyndighetene og regjeringen høy, henholdsvis 92% og 80% (Soest m.fl., 2020, s. 5). Dataen viser at ungdommen i Oslo hadde en anselig reduksjon i subjektiv livskvalitet og livstilfredshet etter at restriksjonene ble innført (Soest, Bakken, Pedersen & Sletten, 2020, s. 9). Bekymringer for sykdom og smitte var en relatert faktor til dette, mens ungdommens sosioøkonomiske ressurser hadde mindre betydning enn det har hatt før pandemien.

I funnene viser de at guttene følte at pandemien påvirket dem i mindre grad enn hva jentene følte (Bakken m.fl., 2020, s. 70). Tilbakemeldingene der de unge kunne skrive selv viser til at mange opplevde kjedsomhet, ensomhet, engstelse og bekymring for smitte (Bakken m.fl., 2020, s. 62). Samtidig som andre beskrev en ny type ro og frihet fra mange former press. Til tross for det generelt har vært en reduksjon i subjektiv livskvalitet er det ganske likt fordelt når en spør om de gleder seg til skolen åpner igjen, der 17% sier nei, 34% sier ja, litt, 22 % svarte ja, ganske

mye og 27 % svarte ja, veldig mye (Bakken m.fl., 2020, s. 74). Dette viser muligens at det ikke er om skolen er digital eller ikke som har mest å si på livskvaliteten til de unge, men det er viktig å anerkjenne at disse tallene kom fra relativt tidlig i nedstengingen av Norge.

2.8. Oppsummering

Alt det overnevnte bakgrunnsmateriale omhandler unge, deres bruk av sosiale medier og hvordan pandemien har påvirket dem. De opplyser forskjellige deler av det å være ung i dag og de ulike påvirkninger både sosiale medier og pandemien har på dem. Ved å lese disse har jeg allerede et godt grep på hvordan sosiale medier fungerer, hvor mange unge som benytter seg av sosiale medier og hvilke plattformer som blir brukt, hvordan unge mener pandemien har blitt håndtert og ikke minst hvordan pandemien har påvirket de unge. Alt dette er aktuelt videre i oppgaven og kan være med på å forsterke eller utfordre egne funn.

3.0. Forskningsmetode

I dette kapitlet vil jeg legge frem den metodiske tilnærmingen som denne studien bygger på. Halvorsen (2008, s. 20) definerer metode som læren om de verktøy en kan benytte for å samle inn informasjon og en systematisk måte å undersøke virkeligheten på. Jeg vil vise og beskrive de valgene jeg har tatt gjennom hele prosessen fra jeg bestemte meg for bruk av forskningsmetode til gjennomføringen av analysen. I dette kapitlet vil jeg redegjøre for valg av metode, vitenskapelig tilnærming og min egen forforståelse. Deretter vil jeg vise tankene bak rekrutteringen av informanter og ta et dypdykk inn i fokusgruppeintervju som er den primære metodiske tilnærmingen. Dernest vil jeg presentere hvordan datamateriale er innsamlet, transkribert og analysert. Jeg har også gjort noen etiske vurderinger som jeg vil drøfte, i tillegg til å presentere et kritisk blikk på metoden jeg har anvendt og hvordan dette kan ha implikasjoner for forskningskvaliteten.

3.1. Valg av metode

I dette masterprosjektet har jeg valgt en hypotetisk-deduktiv tilnærming der jeg sikter mot å teste om hypotesen min er holdbar (Halvorsen, 2008, s. 128). Selv om dette er en tilnærming som oftest blir forbundet med kvantitativ forskning mener jeg at det er hensiktsmessig å bruke dette som utgangspunkt kombinert med en kvalitativ forskningsmetode, fokusgruppeintervju. Dette fordi jeg ønsker å se om hypotesen: «Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien» kan verifiseres eller falsifiseres samtidig som jeg ønsker å finne ut hva årsaken er til hvorfor det er slik. For å finne ut av om hypotesen er sann er det viktig å ha innblikk i hva de unge tenker og analysere dette for å finne ut om hypotesen stemmer. Jeg har valgt å bruke delproblemstillinger som et verktøy for å finne ut av om hypotesen kan falsifiseres eller verifiseres. Det er viktig å påpeke at delproblemstillingene ikke er en del av spørsmålene som jeg stiller informantene, men jeg skal tolke informasjonen jeg får fra fokusgruppeintervjuene og tidligere forskning til å svare på disse spørsmålene selv. Forskningsprosjektet undersøker hvordan unge selv tenker at de blir påvirket av sosiale medier, derfor har jeg valgt en kvalitativ metode der jeg kan få et bredere innblikk i deres opplevelser og meninger, noe som vil være viktig med tanke på at det ikke er mine meninger som skal forme dette masterprosjektet.

3.2. Vitenskapsteoretisk tilnærming

En skiller mellom ulike vitenskapelige retninger som har ulike syn på hvordan sann kunnskap oppnås (Gilje & Grimen, 1993, s. 11). Den vitenskapelige tilnærmingen i dette forskningsprosjektet er hermeneutikk, som primært er opptatt av spørsmålet om hvordan vi forstår den menneskelige verden og dens forhold til den naturlige verden og hvordan svaret på dette innebærer et nødvendig tolkningselement (Nixon, 2017, s. 15). Dermed er forståelsen vår avhengig av hva vi mottar, hvordan vi tolker det vi mottar og hva som blir avslørt når vi mottar det og ikke. Hermeneutikk er en gren av den fortolkende metodikken. I masterprosjektet ønsker jeg å se på hvordan unge selv tolker situasjonen de står i og hvordan de benytter seg av sosiale medier på grunn av dette. Hva jeg opplever som virkeligheten er avhengig av mine egne opplevelser og/eller tanker om det vi undersøker (Halvorsen, 2008, s. 27). Derfor er det viktig at jeg som forsker er klar over dette og tilsidesetter egen forforståelse i studien, slik at det ikke svekker informantenes egen tolkning (Bjørkman & Pettersen, 2012, s. 41).

3.3. Kvalitativ forskningsmetode

Kvalitative metoder har som hensikt å forstå andre personers meninger, normer og verdier. Metoden er fleksibel og dataanalysen skjer gjerne parallelt med innsamling av data (Grønmo, 2016, s. 342). Kvalitativ forskningsmetode gir deg lov til å identifisere intervjuobjektets egne erfaringer, ved å samle data i en naturlig setting som tilrettelegger for stedene og menneskene som studeres (Creswell, 2013, s. 44). Metoden brukes derfor for å forstå andres meninger, verdier og normer gjerne i et felt det er lite kunnskap om. Forskningsmetoden er fortolkende, og en forsker som bruker kvalitative forskningsmetoder må ha et åpent sinn og være nysgjerrig, empatisk, fleksibel og villig til å høre på andres historier (Hennink, Hutter & Baileys, 2011, s. 9).

3.4. Forforståelse

Det er som sagt viktig å være klar over egne forutsetninger og ressurser i et forskningsarbeid (Halvorsen, 2008, s.130). Jeg har en utdannelse i utviklingsgeografi og er spesielt interessert i hvordan enkeltmennesker eller grupper kan utgjøre en forskjell, gjennom å påvirke lokalsamfunnet rundt seg, men også storsamfunnet over

tid. Dette er et perspektiv som står i tråd med samfunnsarbeid generelt, og har vært med å forme hva jeg har valgt å skrive masteroppgave om. Samfunnsarbeid som fagfelt arbeider med å hjelpe mennesker i grupper, som ønsker å endre livssituasjonen til seg selv eller andre (Hutchinson, 2010, s. 12). Med dette i tankene er det interessant å undersøke hvordan unge ser på sin egen situasjon i denne pandemien, og hvordan de bruker sosiale medier som et verktøy i hverdagen.

I forhold egen erfaring med sosiale medier så har jeg en bruker på de aller fleste populære mediene, og har drevet med sosiale samfunn på nett fra ung alder, men er i dag ingen aktiv bruker og deler sjeldent noe på sosiale medier. Samtidig så konsumerer jeg noen ganger i overkant mye innhold og jeg vil selv påstå at jeg har god kontroll på hva som foregår på sosiale medier. Jeg benytter meg i all hovedsak av sosiale medier til å kommunisere, både med venner og familie. Tidligere har jeg vært nestleder av en politisk organisasjons lokalgruppe som brukte sosiale medier for å dele informasjon, gjerne i sammenheng med sosial mobilisering eller underskriftkampanjer. Selv var jeg aldri en aktiv del av postingen på sosiale medier, men jeg var med å planlegge hva organisasjonen skulle fokusere på lokalt og dermed en del av hva som ble postet. Å ha god kontroll på hvordan sosiale medier fungerer, og hva en vanligvis bruker de til er en fordel i dette masterprosjektet da jeg har hatt en større sannsynlighet til å forstå hva informantene snakker om.

Med tanke på metode har jeg ved tidligere oppgaver benyttet meg av fokusgruppeintervju, det å avholde fokusgruppeintervju er noe jeg mener å beherske samtidig som jeg mener det er en gunstig metode med tanke på dette forskningsprosjektets begrensede tidsperiode. Grunnet smitterestriksjoner holdt jeg intervjuene digitalt, jeg har god kunnskap med å prate med individer over nett med å bruke videosamtaler som Skype og MSN som ung, og både Teams og Zoom i løpet av pandemien.

3.5. Rekruttering av informanter

Valg av informanter til denne studien er en blanding av snøballutvelgelse, kriteriumsutvelgelse og bekvemmelighetsutvelgelse. Snøballutvalg er en form for strategisk utvelgelse som ofte blir brukt i kvalitativ forskning (Halvorsen, 2008, s.

164). Denne formen for utvelgelse er spesielt vanlig når en studerer sosiale nettverk eller om en vil få innpass i lukkede grupper. Dette, sammensatt med bekvemmelighetsutvalg, hva som er enkelt å få til, og kriteriumsutvelgelse, at informantene passer innenfor mine kriterier er rammen for utvelgelsen av informanter til denne forskningen. Det er viktig at informantene har de nødvendige forutsetningene for å formidle innsikt i forskningsspørsmålene i kvalitative undersøkelser. I denne forskningen er det to kriterier til informantene:

1. at de går på videregående skole.
2. at de bruker sosiale medier.

Ifølge Medietilsynet (2020) er det stor mulighet for at de som kvalifiserer seg til det første kriteriet, også kvalifiserer seg til det andre. Da forskningsprosjektet fokuserer på de unge og deres egne meninger og forståelse mener jeg at det ikke er nødvendig å intervju folk utenfor denne aldersgruppen. For å få et bredt perspektiv av unges bruk mener jeg at det kan være hensiktsmessig å få informanter som er ulike i alder og kjønn, som gjerne kommer fra ulike steder i landet. Det kan også være gunstig å få informanter som bruker ulike sosiale medier og som bruker ulik tid på disse sosiale mediene. Dette vil hjelpe å få inn forskjellige perspektiv i fokusgruppen. I dette forskningsprosjektet har jeg gjennomført tre fokusgruppeintervju med fire informanter i hver. To av intervjuene var med samme fokusgruppe da jeg mente det var nødvendig å intervju den første fokusgruppen på nytt da oppgaven endret seg etter første intervju. Jeg hadde ønsket å ha fem informanter i hver fokusgruppe, og rekrutterte ti informanter, dessverre hadde begge fokusgruppene frafall av en informant. En av informantene sa ifra kort tid før intervjuet, en dukket aldri opp.

Via snøballmetoden har mitt nettverk hjulpet meg å nå ut til personer fra ulike omgangskretser som enten har ønsket å være informanter eller som videre har spurt deres bekjente. Jeg har også kontaktet lærere jeg hadde på videregående skole som fremdeles arbeider der, og andre lærere som jeg fikk kontaktinformasjon til via andre bekjente. Jeg vurderte også å legge ut på sosiale medier at jeg ønsket å komme i kontakt med unge informanter, ved å gjøre dette er jeg allerede garantert at de som eventuelt melder interesse er på sosiale medier. Her kunne det vært større

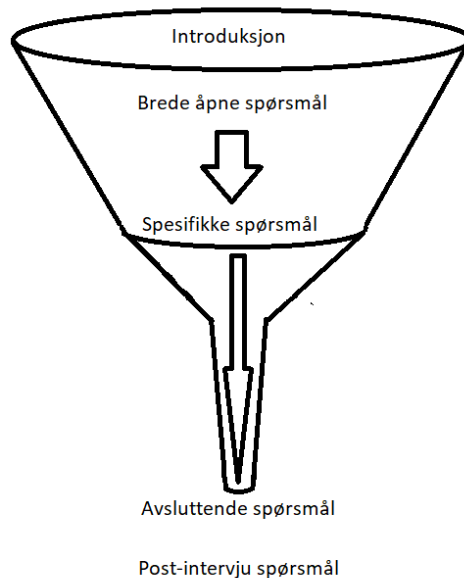
muligheter for å nå mennesker fra ulike steder med ulike perspektiv, dessverre har jeg ikke stor plattform på sosiale medier og mine følgere er i hovedsak utenfor målgruppen. Det viste seg at det var vanskeligere å finne informanter enn hva jeg først antok. Dette fordi selv om mange var interessert i å hjelpe å finne informanter så har videregående elever hatt hjemmeskole og gjennomført andre aktiviteter som «åpen skole» over internett og elevene var dermed lei av slike aktiviteter. Ved hjelp av bekjente i aldersgruppen og brukt av snøballmetoden var det heldigvis noen som ville være med på et digitalt fokusgruppeintervju. Ved at mine bekjente spurte sine bekjente hadde jeg til slutt 10 informanter som sa seg villige til å delta på fokusgruppeintervju. Ved å bruke snøballmetoden kan en ikke sikre en variasjon i gruppen av informanter, spesielt om flere av informantene kommer fra samme «snøball». Dette har vært med på at min informantgruppe stort sett er fra samme region og av samme kjønn med noen få unntak.

3.6. Fokusgruppeintervju

Det er vanlig å ha en intervjuer og en moderator, men jeg har valgt å kun intervjuer alene. Dette fordi at når fokusgruppeintervjuet holdes digitalt, er det lettere å selv se at alle kommer til. I tillegg til at jeg brukte båndopptaker som tok opp lyden og jeg var dermed ikke nødt til å ta notater underveis. Det eneste som ble notert var særegenhet i stemmene slik at jeg kunne differere informantene fra hverandre i analysen senere og poeng jeg fryktet jeg kunne miste på grunn av dårlig internettkobling fra en av informantene. Det er ulike meninger om hvor mange informanter det bør være per fokusgruppe, men det viktigste er at gruppen er stor nok til at informantene kan ha ulike meninger, men liten nok til at alle blir hørt (Freitas, Oliveira, Jenkins & Popjoy, 1998, s. 11). I mine fokusgruppeintervju var det som sagt fire informanter, dette kan virke lite, men siden intervjuet ble gjennomført på nett så kan det gunstig å ikke være for mange, både for informantenes komfort, men også at det da kan bli vanskelig å ikke prate i munnen på hverandre.

Som ordstyrer ledet jeg gruppen gjennom samtalen. Dette betyr at jeg har en stor rolle for å gjennomføre et vellykket intervju og dermed samle inn brukbar data. Selv om fokusgruppeintervju har en åpen eller semistrukturert følelse rundt seg, har intervjutypen en strukturert oppbygning. Jeg har valgt å bruke Hennink, Hutter &

Bailey (2011, s. 143) oppbygging av fokusgruppeintervjuet som tar visuell form som en trakt som vist i Figur 1.



Figur 1. Traktdesign av et fokusgruppeintervju. Fritt oversatt fra: Hennink, Hutter & Bailey, 2011, s. 143.

Intervjuet startet med en innledning der alle blir introdusert for temaet, samtidig som jeg forklarte hvordan resten av fokusgruppeintervjuet ville foregå. Innledningen er ikke bare der for å gi informasjon til deltagerne, men også for å få dem til å være mer avslappet og komfortable videre i intervjusituasjonen (Hennink mfl., 2011, s. 143). Dette kan være viktig for å få informantene til å tørre å åpne seg, og vil gi «sannere» fakta enn om folk ikke er komfortable. Etter dette valgte jeg og introduserte meg selv, med navn og alder og hvilke sosiale medier jeg bruker mest, og inviterte informantene til å gjøre det samme. Dette for å få informantene til å slappe av å bli kjent med hvem de andre informantene var.

Deretter stilte jeg brede åpne spørsmål. Dette er en god «isbryter» og er også en måte å gjøre informantene komfortable og klare for spørsmål med litt mer dybde (Hennink mfl., 2011, s. 143). Det er gjerne lettere å diskutere eller si sin mening når en besvarer et åpent spørsmål i forhold til et mer spisset spørsmål. Åpne spørsmål har hensikten av å få tilgang til informantenes perspektiv (Hannabuss, 1996, s. 24).

Dernest stilte jeg mer spesifikke spørsmål. Det å bruke overgangsspørsmål eller en liten uttalelse om at en går videre i intervjuet, når en går fra åpne til mer spesifikke spørsmål, er vanlig (Hennink, mfl., 2011, s. 144). En slik uttalelse i min oppgave var eksempelvis: «Nå har vi diskutert litt hva sosiale medier er, nå vil jeg videre diskutere hvem dere følger og hvordan dette påvirker dere.» Her er målet å få stilt spørsmål som genererer til en diskusjon der de vesentlige nøkkeltemaene i forskningen vil bli diskutert. Selv om disse spørsmålene vil være litt mer spissede er det viktig å fremdeles bruke åpne spørsmål som det ikke er mulig å svare ja/nei på, dette vil føre til at en fremdeles får tak i essensen av hva informantene mener (Krueger & Casey, 2001, s. 9).

Til slutt endte intervjuet med avsluttende spørsmål. Disse spørsmålene er gjerne mer generelle og av en oppsummerende karakter (Hennink, mfl., 2011, s. 145). Avsluttende spørsmål kan være «Er det noe vi har glemt?» (Freitas mfl., 1998, s. 16). Disse kan bidra til å samle inn viktig informasjon og det er derfor viktig å sette av nok tid til denne delen av intervjuet. I mine fokusgruppeintervjuer avsluttet jeg med å spørre om det var noe mer informantene ville legge til før jeg takket for deltagelsen og ga informasjon om at de kunne kontakte meg over e-post, og at jeg ville sende en e-post med noen spørsmål.

Etter intervjuet er det vanlig å be om post-diskusjons informasjon. Dette gjennomføres vanligvis med å gi deltagerne et kort spørreskjema på en til to sider for å samle individuell informasjon som kan være vanskelig å samle i fokusgruppesituasjonen (Hennink mfl., 2011, s. 165). Det kan være gunstig å gi informasjon til deltagerne om at de kan kontakte forskeren i etterkant da en gir dem mulighet til å bidra med ettertanker som informantene kan komme på i ettertid. I forhold til egen gjennomføring fikk som sagt informantene beskjed i slutten av intervjuet at jeg ville sende de fem spørsmål på e-post som dem kunne svare på om ønskelig. Disse spørsmålene handlet i stor grad om det var noe de følte de ikke fikk sagt i løpet av intervjuet, om det var noe de hadde kommet på i etterkant og om de følte seg hørt i løpet av intervjuet. Jeg satt ingen begrensning på når disse spørsmålene måtte bli besvart. Av de åtte informantene var det bare tre som svarte. Av svarene kom det ikke mye ny informasjon, men konsensusen fra svarene var at

de følte at de fikk sagt det de ville og at de synes det var en fin opplevelse å kunne delta i prosjektet.

3.6.1. Fordeler med fokusgruppeintervju

En fordel med å avholde fokusgruppeintervju er at medlemmene i gruppen kan samhandle og informasjonen som kommer ut fra dataen derfor kan være mer omfattende enn ved intervjuer med enkeltpersoner (Halvorsen, 2008, s. 139). Denne type intervju imiterer en vanlig sosial interaksjon og blir gjerne mer naturlig og komfortabel for informantene (Hennink mfl., 2011, s. 166). Dette kan få informantene til å dele mer enn det de ville gjort i et mer formelt individuelt intervju.

Fokusgruppeintervju er en god metode å anvende for å studere informantenes holdninger og erfaringer, minner eller erfaringer som ellers ville vært glemt av informantene kan komme til overflaten gjennom diskusjonen, som igjen fører til en rikere data (Anvik, Bliksvær & Olesen, 2021, s. 26; Halvorsen, 2008, s. 139). Metoden er god for å diskutere problemer nøye og en får gjerne flere syn på samme sak (Hennink mfl., 2011, s. 166).

Et fokusgruppeintervju kan også være en god metode for å se på samhandling og samarbeid i gruppen (Anvik mfl., 2021, s. 24). Dette kan være spennende å se på i forhold til oppgavens samfunnsarbeidsbakgrunn. Som er en fagtradisjon med utgangspunkt i mobilisering av krefter, fellesskapsfølelse, kollektiv handling og har som mål å gjøre endringer for felleskapets beste (Sudmann & Folkestad, 2015, s. 7). Samtidig kan det å fortelle sin egen historie fremme selvtillit, autonomi, identitet, bevissthet og empowerment, da fortelleren selv kontrollerer og former historien med egne ord, en kan da utfordre en etablert sannhet og møte makt med motmakt (Ledwith & Springett, 2010, s. 104 – 107).

Fokusgruppeintervju er også en tidseffektiv metode for å samle inn data (Creswell & Poth, 2018, s. 164). Å være tidseffektiv er spesielt gunstig i min forskning da dette er et relativt kort forskningsprosjekt. Forskerrollen i slike intervjuer er også gjerne mer tilbakelemt, og det er dermed vanskeligere for forskeren å påvirke intervjuet (Hennink mfl., 2011, s. 166). Ved å holde intervjuet digitalt blir trolig denne tilbakeletheten forsterket.

3.6.2. Ulemper med fokusgruppeintervju

Når en gjennomfører et fokusgruppeintervju er gruppedynamikken viktig, da den kan påvirke graden av åpen diskusjon (Halvorsen, 2008, s. 139). Ved å holde intervjuet digitalt kan denne utfordringen eskalere eller reduseres ut ifra hvor komfortabelt informantene har det. For mange kan det være enklere å prate sammen uten å være der fysisk som er spesielt vanlig for mennesker som er sosialt engstelige, dette vil jeg komme tilbake til i kapittel 4.3.2. Samtidig kan det for andre være vanskeligere å være åpen uten det fysiske nærværet. Dynamikken i gruppen er viktig, og det er viktig å sette sammen en gruppe der alle føler seg frie til å dele sitt syn på temaet.

En må også være klar over at noen vil prøve å dominere samtalen, det vil da være forskerens rolle å få andre til å slippe til (Halvorsen, 2008, s. 139). I mine intervjuer var ikke dette et stort problem, men når noen snakket lite tok jeg styring og spurte disse spesifikt om hva de mente om det som ble diskutert. Det er et vanskeligere miljø og kontrollere og det stilles større krav til forskeren som moderator og ordstyrer (Hennink mfl., 2011, s. 166). Intervju i en fokusgruppe fører også til at intervjuet er mindre konfidensielt og det kan derfor være vanskelig å diskutere private og sensitive temaer, og det vil generelt være færre temaer som vil bli diskutert i forhold til i et individuelt intervju (Hennink mfl., 2011, s. 166). Ut ifra temaene i intervjuguiden, se vedlegg 3 og 4, var jeg trygg på at det ikke ville være noe problem i forhold til at informantene følte de måtte dele sensitiv informasjon. Dette ville heller ikke vært noe jeg forventet ut av intervjuene.

En annen ulempe er at det kan være vanskelig å analysere datamaterialet fra en fokusgruppe, og det kan være vanskeligere å generalisere resultatene da det ofte er få individer med i gruppen (Halvorsen, 2008, s. 139). Så selv om det er en tidseffektiv metode å samle inn data er det en større jobb i ettertid når en skal analysere metoden (Hennink mfl., 2011, s. 166). Dette vil jeg komme nærmere inn på i kapittel 3.7 og 3.8.

3.6.3. Lokasjon

På grunn av pandemien er spørsmålet om hvor fokusgruppeintervjuet skal holdes litt mer komplisert enn vanlig. Normalt vil det være fint å ha et rom på et nøytralt sted

der alle føler seg velkommen. Gjerne et grupperom på høyskolen med stoler rundt et bord, kanskje også med noe å drikke og noe å spise. COVID-19 har begrenset denne muligheten. Vi er i en periode der alle informantene har hatt undervisning nett og unge er ikke ukjente med hvordan dette fungerer. Jeg bestemte meg for at grunnet pandemien ville det være enklest for både meg og informantene at vi møtes over programmet Zoom. Det er usikkert om informantene har brukt slike programmer tidligere, men gjennom skoleårene 2019/2020 og 2020/2021 har Zoom vært flittig brukt i undervisning på videregående skole (Utdanningsdirektoratet, 2020). Dette har uten tvil vært med på å gjøre det digitale fokusgruppeintervjuet mulig. Jeg ser både ulemper og fordeler med dette. En fordel er at en ikke trenger å være på samme sted, eller i samme by og at det er dermed ingen kriterier for hvor informantene bor. Det kan også være lettere for informantene da de ikke trenger å møte og finne frem til en fysisk plass.

En ulempe er at det er vanskeligere som forsker å holde informantene ansvarlige for å møte opp til intervjuet da det kanskje ikke virker like viktig å møte opp på noe virtuelt. Dette fikk jeg som sagt selv oppleve da det var en i hver gruppe som ikke dukket opp da intervjuet skulle holdes. I tillegg kan det være vanskeligere å opprettholde etiske retningslinjer og sikre informantenes personvern (Creswell & Poth, 2018, s. 160). Digitale fokusgrupper kan bli anholdt på ulike måter, og i forhold til eget intervju mener jeg selv at jeg har sikret informantenes personvern da ingenting ble lagret online. Det kan være også vanskeligere å lese informantenes kroppsspråk gjennom intervjuet, og å sikre at alle får frem det de vil i løpet av det. Selv om fokusgrupper originalt imiterer en vanlig sosial situasjon kan dette være litt annerledes nå som fokusgruppen skal bli holdt over nett. Det er ikke nødvendigvis slik at en mister denne fordelene, men det er stor sannsynlighet for at det ikke føles like naturlig som det ville ha gjort om fokusgruppen kunne møtes personlig. Her kan også det at skolen har vært på Zoom hjelpe, da informantene trolig er mer komfortabel med formatet og situasjonen i forhold til om dette var noe nytt de aldri hadde gjort før.

3.7. Transkribering av intervju

Det er fordelaktig å ha intervjuet friskt i minne når en skal transkribere det da en gjerne husker hva som har blitt sagt litt lettere, men også fordi det kan gi deg innsyn i ting som du ikke tenke på da du skrev intervjuguiden som du kan ta med deg videre i andre intervju (Hennink mfl., 2011, s. 214). Under intervjuet benyttet jeg meg av lydopptak på en ekstern maskin, slik at fokuset mitt var på intervjuet og ikke på å skrive ned hva som ble sagt. Senere transkriberte jeg alt som ble sagt ordrett, samtidig som jeg anonymiserte navn og annen spesifikk informasjon som kunne brukes for å identifisere informantene. Denne type informasjon kan gjøres blank, eller en kan erstatte det med pseudonymer eller koder (Hennink mfl., 2011, s. 216). I mitt tilfelle har jeg gjort det sistnevnte da det kan være hensiktsmessig å vite hva slags type lokal organisasjon som er nevnt, men også hvem informantene snakker til eller om i fokusgruppen da dette er en samtale mellom flere informanter.

Transkriberingen var relativt enkel å gjennomføre, men jeg hadde noen problemer med at internettkoblingen til noen av informantene ikke var like god, og dermed var lyden noe hakkete hos noen. Dermed var det en fordel at jeg transkriberte intervjuene samme dag og dagen etter slik at jeg kunne huske hva som ble sagt. Den lille noteringen jeg gjorde under intervjuet gjorde det også enklere å huske hvem som var hvem og hva informanten som hakkete en del sa. Stikkordene om hvordan de ulike informantene pratet, gjorde det enkelt å skille stemmene fra hverandre under transkriberingsprosessen.

3.8. Analyse av datamateriale

Etter transkriberingen er gjennomført og anonymisert, begynner arbeidet med å utvikle koder som er en sentral del av en kvalitativ dataanalyse (Hennink mfl., 2011, s. 216). Jeg har selv valgt å bruke en tematisk dataanalyse og startet som sagt med å kode datamaterialet. Etter dette var gjennomført lagde jeg et tankekart. I denne prosessen så jeg tydelig hvilke temaer som gikk igjen i de ulike fokusgruppene. Denne prosessen står i tråd med Braun og Clarkes (2006) guide for tematisk analyse. Guiden har seks steg: 1) Gjøre seg kjent med egen data, 2) Danne innledende koder, 3) Søke etter tema, 4) Gjennomgå temaer, 5) Navngi temaer og 6) Produsere rapporten (Braun & Clark, 2006, s. 88). Ved å bruke god tid på å lage

tankekart, først ved å skissere det og i ettertid revidere det og gjøre det bedre slik at tankekartet var lettere å lese og å forstå gikk jeg gjennom steg 3- 5 kanskje på en litt ukonvensjonell måte, men en visuell måte jeg føler fungerte bra. Etter tankekartet var ferdig startet prosessen med å skrive empiri kapittelet: 5. Resultater og analyse. I analysen er det viktig å tenke på anonymiseringen og hvordan jeg velger å vise frem funnene fra datainnsamlingen (Hennink mfl., 2011, s. 77). Her har jeg en fordel i forhold til at jeg gjennomfører fokusgruppene over nett og har dermed mulighet til å rekruttere informanter fra et stort geografisk område.

3.9. Etikk

Etiske og rettslige aspekter av samfunnsforskning må tillegges stor vekt da forskningen anvendes i samfunnet og har en økt betydning for samfunnsutviklingen (Halvorsen, 2008, s. 246). Særlig er det en debatt om de etiske aspekter knyttet til bruk av personopplysninger og hvor grensen går mellom personlig integritet og samfunnets krav på informasjon. Dette er særlig et problem når det omhandler å bruke informasjon som ikke originalt er tiltenkt å være datamateriale i forskningsprosjektet (Halvorsen, 2008, s. 246). Min studie vil benytte seg av personlig data som jeg selv har innhentet derfor vil dette ikke være et problem i forskningsprosjektet, men det er andre etiske aspekter som må diskuteres.

Forskningsmetoden fokuserer på individer og deres perspektiv, følelser og tro, dette gjør at en gjerne kommer nærmere informantene enn i en kvantitativ studie. Derfor er det viktig å vedlikeholde etiske prinsipper for å ivareta informantens sikkerhet og å anonymisere datamaterialet (Hennink mfl., 2011, s. 64). Dette er spesielt viktig når en forsker på sensitive temaer, der kvalitative forskningsmetoder ofte blir benyttet. Selv i min studie som ikke nødvendigvis inneholder mye sensitiv informasjon er det viktig at jeg opprettholder min integritet og passer på at mine informanter føler seg ivaretatt og behandlet med respekt og høflighet. I tillegg til dette er det viktig som forsker å tenke på det etiske ansvaret en har overfor informantene og en skal ikke vri dataen til å passe inn i forskningen for å ganne et budskap som ikke nødvendigvis er sant (Hennink mfl., 2011, s. 77). Dette er trolig et større problem om noen kan vinne eller tape på forskningen, spesielt om prosjektet er sponset av et selskap som kan få seg selv til å se bedre ut enn det de er.

Et etisk spørsmål en som forsker bør stille seg er hvem som får ta nytte av denne forskningen og hvem som eventuelt kan tape på kort eller på lang sikt (Halvorsen, 2008, s. 247). I forhold til mitt forskningsprosjekt ser jeg ingen klare tapere.

Forskningsprosjektet samlet, som sagt, ikke inn noe særlig sensitiv data og det skal være umulig å spore det frem til hvem som er informanter. Samtidig som jeg tenker at dette ikke skal være et problem kan det være at informantene synes det kan være problematisk og kanskje sårbart å dele hva en følger på sosiale medier med de andre i fokusgruppen. Det kan være sårbart å dele da det kan avsløre mye om hvem en er siden mange bruker sosiale medier som et trygt sted å utfolde seg.

Jeg fikk bekreftelse av de tre informantene som svarte på post-intervju spørsmålene at de ikke hadde følt på dette. En kan ikke sikre at informasjon om fokusgruppeintervjuet ikke blir delt av noen av informantene, det er dermed umulig å sikre konfidensialiteten blant informantene. Dette gjelder særlig om en er redd for stigmatisering i nærmiljøet sitt. Det er viktig å ta slike spørsmål i betraktning gjennom hele forskningsprosessen fra utforming av problemstilling til analyseringen og fremstillingen av data.

Det er viktig å se på informantene som noe mer enn kun ett middel i forskningen (Halvorsen, 2008, s. 248). Informanter skal være klar over hva de er med på og hvordan dataen som blir samlet inn skal bli brukt. Informantene skal ikke føle seg presset til å delta i forskningsprosjektet, men de skal føle respektert samtidig som at forskeren ikke trenger seg på i deres privatliv (Halvorsen, 2008, s. 250). Som forsker er det viktig at en er klar over og forholder seg til forskningsetiske retningslinjer innenfor fagfeltet. Her er det blant annet skissert at informanter har krav på å få trekke seg fra prosjektet når de ønsker, at diskresjonshensyn ivaretas og at informantene skal bli informert om resultatet av undersøkelsen (Halvorsen, 2008, s. 253-254).

Informantene skal også gi samtykke før noe privat informasjon er samlet inn (Olson, 2016, s. 81). Hva prosjektet innebærer og hvordan dataen vil bli lagret, analysert og brukt i en masteroppgave vil stå klart og tydelig i samtykkeerklæringen som informantene må skrive under på forhånd av intervjuet, se vedlegg 2. I

samtykkeerklæringen står det også tydelig at informantene har mulighet til å trekke seg når som helst og at de kan stille spørsmål til meg, eventuelt også til min veileder, om det er noe de lurer på. Det er også informasjon om prosjektet, hvorfor jeg skriver, hvor lenge lydfilen av intervjuet vil bli lagret og en beskrivelse av hvor lang tid intervjuet vil ta (Olson, 2016, s. 82). Dette har informantene fått informasjon om under rekrutteringsprosessen.

4.0. Teoretisk rammeverk

I dette kapittelet vil jeg presentere og diskutere begreper og teorier om sosiale nettverk, nettverksteknologi, sosial kapital og sosial støtte og knytte disse begrepene opp mot unge og sosiale medier. Sosiale nettverk, nettverksteknologi, sosial kapital og sosial støtte er alle begreper som kan knyttes til hvordan unge blir påvirket av sosiale medier fra et større perspektiv til mer spesifikke virkemidler. Hvordan disse begrepene henger sammen vil jeg komme tilbake til i kapittel 4.4. I tillegg vil jeg først beskrive McQuails fire kategorier av massemedier som jeg vil bruke i diskusjonen som et verktøy for å beskrive hva unge bruker sosiale medier til under en pandemi.

4.1. McQuails fire kategorier av massemedier

McQuails kategorisering av massemedier er aktuell i denne oppgaven som et rammeverk for å diskutere og beskrive hvordan informantene i denne studien bruker sosiale medier. I 1987 beskrev Denis McQuail massemedier ved å kategorisere dens bruk i fire kategorier (McQuail, 1987). Kategoriseringen ble til for å beskrive hvorfor mennesker bruker mye tid på massemedier (Aalen, 2015, s. 38).

De fire kategoriene, med forklaring, er som følger:

1. *Informasjon*, om verden, samfunnet og ens umiddelbare omgivelser. Også inkludert egenopplæring, praktiske råd, generell interesse, for å få en følelse av sikkerhet gjennom kunnskap og for å tilfredsstillere egen nysgjerrighet.
2. *Underholdning*, deriblant for å slappe av, tidsfordriv, emosjonell frigjørelse, estetisk og kulturell nytelse, seksuell opphisselse og generell virkelighetsflukt.
3. *Fellesskap og sosial kontakt*, ved å holde kontakt med venner og familie, føle tilhørighet og fellesskap, få innsikt i andres situasjon eller som en erstatning for sosialt samvær ansikt til ansikt.
4. *Personlig identitet*, som å finne forbilder, modeller, forsterkninger for personlige verdier og adferd, samt å få økt selvinnsikt. (McQuail, 1987, s. 73).

Kategoriseringen er et rammeverk som bidrar til å gi mening av de unges bruk av sosiale medier og kan også si noe om hvorfor bruken kan ha økt under pandemien. Ved å senere kategorisere dataen fra fokusgruppeintervjuene vil jeg vise til hvordan

unge bruker sosiale medier nå, og hvordan dette eventuelt har endret seg fra før pandemien startet.

4.2. Sosiale nettverk

Schiefloe (2015, s. 13) beskriver sosiale nettverk som et sett relativt varige, uformelle relasjoner mellom mennesker. Et sosialt nettverk består av tilknytninger mellom noder, eller individer i et nettverk, som på en eller annen måte er koblet sammen (Marin & Wellman, 2011, s. 11). En node er et knutepunkt, en enhet i en struktur, i likhet med et individ i et nettverk. Disse tilknytningene kan være direkte eller indirekte og være av ulik karakter, styrke eller betydning (Schiefloe, 2015, s. 13).

Schiefloe (2015, s. 14) deler sosiale nettverk videre inn i tre hovedformer:

1. *Individnettverk, personforankrede- eller egosentrerte nettverk* tar utgangspunkt i en bestemt person og dens nettverk.
2. *Kontekstuelle- eller sosiosentriske nettverk* er settet av uformelle relasjoner innenfor en organisasjon eller et avgrenset område. Slike nettverk kartlegges ved å se på alle relasjoner av en viss type blant personene som inngår i den aktuelle organisasjonen eller det avgrensede området.
3. *Partielle nettverk eller saksnettverk* sammenknytter personer gjennom bekjentskap av en bestemt type. Dette kan være samme interesser, hobbyer eller fag. Slike nettverk kan være uoversiktlige, løse og uten klare grenser og kan da betegnes som åpne systemnettverk.

Videre kan et nettverk bestå av flere bånd som kan være sterke eller svake, der et sterkt bånd krever personlig investering og kontinuerlig innsats, mens et svakt bånd krever mindre innsats da individene står fjernere fra hverandre (Enjolras, Karlsen, Steen-Johnsen & Wollebæk, 2013, s. 25). Et sterkt bånd kan være familiemedlemmer eller nære venner. Det er begrenset hvor mange sterke bånd en person kan ha, svake bånd kan en derimot ha mange av. Svake bånd er nyttige da en gjennom disse er koblet til et større nettverk som gjør det mulig å få tilgang på informasjon (Enjolras mfl., 2013, s. 25-26). Siden det heller ikke er noe begrensninger over hvor mange svake bånd en kan ha, er det mulig å ha et stort indirekte nettverk med mange ulike ressurser. Det kan være vanskelig å opprettholde

svake bånd, men med hjelp av ny teknologi som for eksempel digitale plattformer har dette blitt enklere.

4.2.1. Nettverksteknologi

Nettverksteknologi er et godt verktøy for å opprettholde sterke bånd, men kanskje spesielt de svake båndene. Kort forklart gjør nettverksteknologi det mulig å sammenkoble noder og dermed dele informasjon mellom nodene uten restriksjoner som avstand og tid (Schiefløe, 2015, s. 48). Dermed er en datamaskin kun nettverksteknologi når den er sammenkoblet andre datamaskiner. Da blir hver maskin som er koblet sammen en node i et nettverk (Schiefløe, 2015, s. 49). De tidlige datanettverkene var lukket og kunne kun brukes innenfor en enkelt organisasjon. Denne nettverksteknologien var også kostbar og vanskelige å bruke, med eget språk og koder. Etter fremveksten av internett i starten av 1990-tallet endret nettverksteknologien seg raskt, dette har gjort det å kommunisere enklere og at informasjonen en mottar kan være mer personlig (Rainie & Wellman, 2012, s. 23). Nå er ikke teknologien lenger bare for bedrifter, men den er for allmennheten og kan brukes som enkeltpersoner og for private formål (Schiefløe, 2015, s. 49).

I den siste tiden har det kommet flere momenter som har gjort det enda enklere å bruke nettverksteknologi for enkeltpersoner. Teknologiske nyvinninger har effektivisert verdiskapning, åpnet muligheter og forenklet kompliserte prosesser (Pettersen, 2012, s. 30). For det første har sammensmeltingen av teknologi ført til blant annet smarttelefoner og bærbare PCer, som er billigere og mer mobile enn stasjonære datamaskiner (Schiefløe, 2015, s. 49). I tillegg er også utbyggingen av det trådløse nettet, høyhastighetsbredbånd og 4G nett med på å øke muligheten for mobil kommunikasjon (Schiefløe, 2015, s. 49). Dette gjør at en ikke lenger møter samme hindringer for kommunikasjon som før. Nå har nettverksteknologi en stor rekkevidde som gjør det enklere å ta i bruk som igjen fører til at det er mulig for mange å være med i det offentlige ordskiftet (Steen-Johnsen, Enjolras & Kruse, 2012, s. 57).

De aller fleste har dermed mulighet til å bruke dagens nettverksteknologi om de ønsker det. 99 prosent innenfor målgruppen i denne oppgaven har egen mobil i tillegg til at 98 prosent av alle 17-18 åringer- og 85 prosent av 15-16 åringer har egen

datamaskin (Medietilsynet, 2020, s. 16). Utviklingen av sosiale medier har gjort det enkelt å ha rike interaksjoner med grupper eller individer uavhengig av fysisk plassering (Vitak, 2014, s. 562). Individens sosiale bånd er nå mer innholdsrike og kan lettere styrkes på grunn av teknologien (Rainie & Wellman, 2012, s. 9). Sosiale medier er også med på å gjøre det mulig å skape bekjenskaper med folk som du bare har et kort møte med, eller som du aldri har møtt. Bekjenskaper blir til når en har noe til felles, om en har mer til felles blir ofte båndene sterkere, og om en bruker samme sosiale medier plattform har en allerede en ting til felles (Donath & boyd, 2004, s. 80).

De fleste sosiale medier har også en funksjon der det kommer opp «personer du kanskje kjenner», dette er en god mulighet til å finne gamle venner eller bekjente som du kan ha mistet kontakt med (Aalen, 2015, s. 129). Om en legger til disse, kan det svake bånd en hadde med disse fra før bli sterkere. Selv om en ikke nødvendigvis kommer til å ha mye kontakt med gamle bekjente som dette så kan det å ha dem i vennelisten på sosiale medier gjøre at det er vanskeligere å miste hverandre helt igjen (Aalen, 2015, s. 129-130). Dette er en grunn til at sosiale medier har vært et viktig verktøy under pandemien. De sosiale nettverkene en har holder seg mer stabilt gjennom livet, også i unntakstilstander. De svake båndene blir lettere å opprettholde, spesielt om den fysiske avstanden mellom individene er stor (Enjolras mfl., 2013, s. 26). Ved å bruke sosiale medier kan en få et mer variert nettverk, men de fleste bånd forblir svake og vil dermed ikke ha stor effekt på de sterke bånd til et individ (Aalen, 2015, s. 128).

Digitale nettverk kombinerer to strukturelle nettverkseffekter «liten verden-effekten» og «rike-bli-rikere-effekten» den førstnevnte forsterker sosiale prosesser mens den sistnevnte begrenser dem (Enjolras mfl., 2013, s. 26). Dette viser at det ikke er en fasit på hvordan sosiale medier påvirker enkeltindividens sosiale prosess. «Liten verden – effekten» handler om at det blir kortere vei mellom alle i nettverket, mens den «rike-bli-rikere-effekten» er et resultat av internettets nettverksstruktur kombinert med algoritmer til søkemotorer. Algoritmer vil prioritere noe innhold ovenfor annet innhold, og nettstedet med mange klikk vil bli fordelaktig satt før mindre populære nettsteder (Enjolras mfl., 2013, s. 27-28). Dette ser en tydelig på sosiale medier, de innleggene som blir likt og kommentert mye vil bli lagt høyere opp i nyhetsstrømmen

enn andre mindre populære innlegg (Aalen, 2015, s. 149). Dette gjør at digitale nettverk både øker demokratiseringen, da alle har tilgang på all informasjon og kan nå ut til mange med egne meninger og ytringer, mens det samtidig skaper et hierarki av synlighet der noens ytringer er synligere enn andres (Enjolras mfl., 2013, s. 29). I forhold til «rik-blir-rikere-effekten» er det også studier som viser at de som er sosialt aktive utenfor internettet også har et rikere sosialt liv og dermed sosiale fordeler på internett (Tufekci, 2010, s. 171).

4.2.2. Unges sosiale nettverk

Hovedvekten av unges sosiale nettverk består av jevnaldrende og familie (Schiefloe, 2015, s. 177). De jevnaldrende i nettverket kommer gjerne fra skole, fritidsaktiviteter og venners venner, men kan også ha møttes over nett. Unge har jevnt over daglig kontakt med halvparten av de viktigste nettverkskontaktene sine (Schiefloe, 2015, s. 177). Dette fordi en gjerne møter dem på skolen eller på aktiviteter på fritiden samtidig som unge som oftest bor hjemme hos minst ett familiemedlem. Den daglige kontakten trenger ikke å være fysisk, og det er dermed ikke selvsagt at unge har mistet denne kontakten på grunn av pandemien. Sosiale medier har dermed vært med på å gjøre det enklere å opprettholde kontakt på tross av både geografiske og pandemiske hindringer. 91 prosent av jenter og 89 prosent av gutter på videregående sier at de har minst en venn som de er fortrolige med (Bakken, 2020, s. 10). Dette antyder at de aller fleste har minst et sterkt bånd i nettverket som de virkelig stoler på. De sterke båndene i nettverkene er som oftest veldig like en selv, dette kan være like verdier, økonomi og utdanning (Aalen, 2015, s. 128). Det er dermed ikke usannsynlig at de sterke båndene i videregåendelevvers nettverk gjerne går på videregående selv, med unntak av nær familie.

4.3. Kapital

Vårt sosiale nettverk, sammenkoblingen med andre mennesker, tilfredsstillende våre grunnleggende sosiale behov og minker sjansen for ensomhet (Cacioppo & Patrick, 2008, s. 179). Det å føle trygghet og forutsigbarhet i forhold til andre er viktig, men relasjoner kan også gi oss tilgang på ressurser som en ikke har selv, kapital. Ressurser som kan konverteres til noe annet er det en kaller kapital (Schiefloe, 2015, s. 92). Kapital kan være kunnskap, penger, materielle goder og andre tjenester. Noen

relasjoner kan hjelpe deg til å åpne dører som du ikke hadde klart på egenhånd ved å legge inn ett ord eller lignende, men kapital kan også innebære mer emosjonelle ressurser som informasjon, omsorg og trøst (Schiefløe, 2015, s. 91).

Forståelsen av kapital og dens funksjon kan i stor grad akkrediteres til Karl Marx og hans bok *Das Kapital* fra 1867. I hans syn var kapital først og fremst økonomiske ressurser (Marx, 1996). I ettertid har Pierre Bourdieu (1986, s. 243) utvidet begrepet kapital for å romme mer enn den økonomiske delen og delt kapital inn i tre hovedformer:

1. *Den økonomiske kapital*

Kapital som umiddelbart og direkte kan konverteres til penger, en slik kapital kan være institusjonalisert gjennom eiendomsrett.

2. *Den kulturelle kapital*

Kapital i form av ressurser som språk, ambisjoner, kunnskap, adferd og generelle sosiokulturelle ferdigheter (Schiefløe, 2015, s. 93). Kulturell kapital har stor betydning om en vil lykkes i utdanningssystemet, og kan dermed også gi goder av økonomisk karakter.

3. *Sosial kapital*

Kapital i form av sosiale forpliktelser/ forbindelser.

I forhold til unge på videregående og sosiale medier og forskningsspørsmålene generelt er det den sistnevnte formen for kapital, sosial kapital, som vil bli fokusert på videre.

4.4. Sosial kapital

Grunnlaget for vår sosiale kapital ligger i ressursene i vårt sosiale nettverk (Eimhjellen, 2011, s. 268) Vårt sosiale nettverk er arenaen hvor vi kan utvikle og bruke vår sosiale kapital (Rønningen & Starrin, 2009, s. 17-20). Pierre Bourdieu har, sammen med James Coleman og Robert Putnam vært med, å øke begrepets popularitet innenfor akademiske artikler (Rønningen & Starrin, 2009, s. 19). James Coleman brukte begrepet i *Foundation of Social Theory* (1990) dette førte til oppsving i bruk av begrepet, men det var ikke før Robert Putnams arbeid *Making*

democracy work (1993) og *Bowling Alone* (2000) at sosial kapital ble et allment begrep i akademia (Rønningen & Starrin, 2009, s. 19). Bourdieu definerte sosial kapital slik:

Sosial kapital er summen av de faktiske eller potensielle ressursene som er knyttet til besittelse av et bærekraftig nettverk av mer eller mindre institusjonaliserte forhold med gjensidig bekjentskap og anerkjennelse - eller med andre ord, til medlemskap i en gruppe som gir hvert av medlemmene støtte av den kollektive eide kapitalen, en "legitimasjon" som gir dem rett til kreditt, i alle betydninger av ordet. (Bourdieu, 1986, s. 248).

Den sosiale kapitalen i et individs nettverk er ikke bare definert av hvor stort nettverket er, og hvor prominente individene i nettverket er, ifølge Bourdieu. Det handler også om hvilke bånd en har i nettverket. Det er i større grad fra de sterke båndene en person kan være sikker på å få den støtten eller hjelpen en trenger, men også individer med svake bånd kan ha mange ressurser som en kan benytte seg av. Dette vil jeg komme tilbake til under sosial kapital på sosiale medier. Som tidligere nevnt vil et godt nettverk gå på tvers av alder, kjønn og arenaer, dette er relevant når det kommer til sosial kapital, da dette trolig vil øke tilgangen på ulike ressurser.

4.4.1. Unges sosiale kapital

Som tidligere nevnt består de unges nettverk i hovedvekt av venner og familie. Disse to gruppene av mennesker er med å fylle ulike behov for de unge. Familien, og foreldre spesielt, er dem de unge oftest kommer til om de trenger råd i valg- og konfliktsituasjoner (Schiefløe, 2015, s. 178). Det er flere viktige beslutninger som må tas i de årene en går på videregående, og da er det fint å ha mennesker rundt seg som en stoler på og som gjerne har måtte ta de samme beslutningene selv. Tidligere har foreldre blitt sett på som de viktigste når det kommer til hvordan unge gjør det på skolen og senere i arbeidslivet, nyere forskning viser at unges jevnaldrende har større påvirkningskraft en tidligere antatt (Helve & Bynner, 2007, s. 2).

Venner er et verktøy som kan benyttes for å stabilisere og regulere ens følelsesliv (Morawetz, Berboth & Bode, 2021). De kan også mobiliseres når en har behov for praktisk eller sosial støtte, og er dermed viktige for unges livskvalitet (Schiefløe,

2015, s. 178). De fungerer som identifikasjonsfigurer, referansepersoner, samspillpartnere og kan gi tilbakemeldinger for vennene sine. Det er blant jevnaldrende en søker bekreftelse, samhørighet, støtte, glede og lek (Bakken, 2020, s. 10). Venner er viktige for de unge da de blir mindre avhengige av familien (Schiefløe, 2015, s. 178). Samspillet mellom jevnaldrende vil på lang sikt ha stor betydning for utviklingen av egen sosial kompetanse og selvbilde (Bakken, 2020, s. 10). I tillegg til venner har også ny teknologi, og internett spesielt, en påvirkning på unges sosiale kapital. På internett kan en finne ulike typer mennesker, men også informasjon, formell og uformell utdanning, politisk engasjement og mye mer (Helve & Bynner, 2007, s. 2).

4.4.2. Sosial kapital på sosiale medier

Sosiale medier er som tidligere nevnt gode plattformer for å holde kontakten med folk du ikke lenger omgås med. Dermed kan sosiale medier bidra til å vedlikeholde sosiale nettverk, og de kan fortsette å gi impulser gjennom nyhetsstrømmen. Selv uten å ta kontakt med gamle bekjente kan det å ha dem i vennelisten være «potensial sosial kapital» som en kan benytte seg av (Aalen, 2015, s. 129-130). Derimot er ikke det bare å ha mange venner eller følgere på sosiale medier, en må også benytte seg av plattformen og kommunisere og gjerne diskutere med andre brukere på den. En undersøkelse fra USA viser blant annet at mennesker med Facebook-profiler rapporterer å ha mottatt mer emosjonell støtte enn personer uten Facebook (Hampton, Goulet, Rainie & Purcell, 2011, s. 42). Sosiale medieplattformer gjør det lettere å følge med på hva bekjente gjør og dermed holde kontakten selv uten at en kommuniserer med hverandre direkte. Funksjonen «stories» som flere plattformer benytter seg av gjør det mulig å dele hva en gjør i løpet av den dag, så å si direkte, før innholdet forsvinner etter 24 timer. Dermed kan en følge godt med på hva andre gjør og føle seg nær hverandre uten fysisk kontakt og direkte meldinger med hverandre.

«Rike-blir-rikere-effekten» er tydelig på sosiale medier (Aalen, 2015, s. 135). Dette ser en når en ser på hvem som har flest følgere på Instagram, der «Topp 10» er fylt av fotballspillere, sangere og andre kjente personligheter (Kuncoro & Iswanto, 2015). Effekten gjelder også for «vanlige» mennesker, om en er populær utenfor sosiale medier, er det også stor sannsynlighet for at en har mange venner og følgere på ulike

sosiale medier plattformer. Ved å ha mange følgere øker din sosiale status og undersøkelser viser at dette også fører med seg god respons på forespørsler om sosial støtte på sosiale medier (Aalen, 2015, s. 135). Sosiale medier gjør det også enklere for dem som er sjenerte eller sosialt engstelige å utvide sitt sosiale nettverk og dermed øke deres sosiale kapital (Aalen, 2015, s. 134). Det er gjerne lettere å prate med folk over nett enn ansikt til ansikt, da en kan føle på en større kontroll over situasjonen. Om en bruker sosiale medier på denne måten kalles det *sosial kompensasjon* (Aalen, 2015, s. 135). Dette kan gjelde mennesker som er ekstremt sjenerte, samt mennesker som sliter med dårlig selvtillit, eller som bare ikke føler seg sosialt stimulert i utenfor sosiale medier (Valkenburg, Schouten & Peter, 2005: Zywica & Danowski, 2008).

I motsetning til de positive virkningene sosiale medier kan ha på sosial kapital finnes det også teorier som tilsier at de som isolerer seg selv og foretrekker å kommunisere med mennesker over sosiale medier, kan bli ensomme og deprimerte da de ikke møter mennesker i virkeligheten (Aalen, 2015, s. 135). Grunner til dette kan være at det er lettere å misforstå hverandre over nett, samtalene blir mindre intime og det er generelt mindre sosiale koder (Enjolras m.fl., 2013, s. 67). Koder som ansiktsuttrykk og kroppsspråk forsvinner eller blir mindre tydelige, noe som kan føre til mindre sensitivitet ovenfor hverandre. Det er lettere å legge igjen en stygg kommentar til noen på nett enn å si det til dem ansikt til ansikt. I tillegg til at det kan være vanskelig å kommunisere over internettet kan også sosiale medier være en tidstyv (Enjolras m.fl., 2013, s. 67). Dette er i likhet med hvordan folk kan være avhengige av andre massemedier som tv-titting, som har blitt linket opp mot ikke-deltagelse og minkende sosial kapital (McQuail & Deuze, 2020, s. 117). Dermed kan en også den sosiale kapitalen minke av å være på nett.

Generelt viser forskning at det handler mye om hvordan og hvorfor en tar i bruk sosiale medier som tilsier om bruken har en positiv eller negativ effekt på individers sosiale kapital. Om en bruker media for overvåkning og informasjon, vil det være en positiv, eller økende effekt, mens om det blir brukt for underholdning eller avledning vil ha en negativ, eller synkende effekt (Zúñiga, Jung & Valenzuela, 2012, s. 321).

4.4.3. Sosial støtte

Schumaker og Brownell (1984, s. 13) definerer sosial støtte som en utveksling av ressurser mellom to individer som blir oppfattet som en gest for å forbedre mottakerens velvære av forsørgeren eller mottakeren. Sosial støtte er i stor grad beslektet med sosial kapital da det er vanskelig å få den sosiale støtten en trenger uten sosial kapital. Aalen (2015, s. 132) deler sosial støtte inn i tre kategorier; praktisk sosial støtte, informasjonsmessig sosial støtte og emosjonell sosial støtte. Førstnevnte kalles ofte fysisk eller materiell støtte, som ordlyden tilsier er dette støtte som kan være praktisk arbeid, som å hjelpe med barnepass eller flytting (Aalen, 2015, s. 132). Det er lettere å hjelpe noen fysisk om en kan være fysisk til stede, men det finnes måter å tilby praktisk sosial støtte over nett og sosiale medier. Det finnes flere samarbeidsverktøy som kan benyttes over nett, et eksempel på dette er Vipps. Samtidig kan sosiale medier hjelpe til å finne folk som kan hjelpe en fysisk. Dette så en i starten av pandemien da flere lagde Facebook-grupper for folk som ville hjelpe og trengte hjelp til ting som å handle på butikken for folk i risikogruppen eller å gå tur med hunden til folk i karantene.

Informasjonsmessig sosial støtte er som begrepet tilsier å gi og motta informasjon. Dette er nok den sosiale støtten som er lettest å gi og motta over sosiale medier (Aalen, 2015, s. 132). Ved å benytte seg av sosiale medier kan en nå ut til mange fort om spørsmål en har. Det er også lett å formidle informasjon en mener kan være nyttig for flere fortene enn hva en kunne gjort muntlig. Dette kan en også se har blitt brukt under pandemien. Både ved å tipse om ting en kan gjøre eller bake, men også i forhold til informasjon utbredt over sosiale medier fra FHI om hvilke forhåndsregler en bør implementere i hverdagen.

Emosjonell støtte handler om omtanke, nærhet og det å la parten vise følelser. Det kan være vanskelig å vise emosjonell sosial støtte over sosiale medier da en ikke kan gi en klem eller være sammen fysisk. Dette betyr ikke at en ikke kan være der for hverandre. Som nevnt tidligere er det også flere som synes det er lettere å snakke over internett i forhold til i person, dette gjelder også når en prater om de vanskelige tingene. Selv om det er eksempler på både praktisk- og informasjonsmessig sosial støtte blant unge under pandemien, er nok emosjonell sosial støtte den sosiale støtten som er mest sentral for de unge i oppgavens sammenheng.

Forskning viser at det er mange positive assosiasjoner med sosial støtte (Trepte, Dienlin & Rienecke, 2014, s. 77). Det kan være viktig å ha sosial støtte for å ha det bra, og undersøkelser viser at sosial støtte knyttes opp mot bedre psykisk helse og større livstilfredshet (Turner & Brown, 2010). Sosial støtte kan også redusere psykiske forstyrrelser og minske stress (Brown & Scheid, 2010, s. 164).

Oppfatningen og troen om at en har familie og venner som er tilgjengelige til å gi sosial støtte er i seg selv det som viser seg å være den beste beskyttelsen mot depresjon og andre psykiske lidelser, ikke nødvendigvis selve støtten (Turner & Brown, 2010, s. 212). Sosial støtte er dermed trolig den viktigste formen for sosial kapital et individ kan ha. Psykisk sykdom er et viktig tema for unge til vanlig, men spesielt viktig nå under pandemien der flere føler på det å være ensom og alene (Hoffart, Johnson & Ebrahimi, 2020). Ut ifra dette kan en tolke det som om at flere ikke føler den samme sosiale støtten som de gjorde før pandemien. Dette kan være på grunn av at sosial støtte kanskje ikke mottas eller gis på samme måte når en ikke kan møtes fysisk, som er en meget interessant tanke i forhold til min hypotese.

4.5. Fra sosiale nettverk til sosial støtte

Gjennom dette kapitlet har jeg vist hvordan sosiale nettverk er et virkemiddel til sosial kapital og sosial støtte. Ved å være klar over hvordan unges sosiale nettverk er bygd opp og hvem det normalt består av kan en kartlegge bedre hva slags sosial kapital og støtte de unge mottar. Unges nettverk består hovedsakelig av egen familie og jevnaldrende venner, det er dermed ikke like stor sannsynlighet for at deres sosiale kapital kan ha store svingninger så lenge en holder kontakt med dem en kjenner og dermed ikke mister deler av nettverket. For å unngå dette er nettverksteknologi et godt verktøy. Det er vanskelig å miste hverandre helt når en er venn- eller følger hverandre på sosiale medier. Sosial støtte er spesielt interessant i forhold til at en i pandemien har vært mye alene og at det dermed har vært et større behov for å gi og motta støtte over sosiale medier. Dette vil vi diskutere videre i kapittel 5.0.

5.0. Resultater og analyse

I dette kapitlet vil jeg presentere funn fra datainnsamlingen og analysere disse opp imot bakgrunn og teori presentert i de tidligere kapitlene. Underoverskriftene og temaene jeg har valgt å fokusere på i dette kapitlet er basert på hva informantene diskuterte i fokusgruppeintervjuene. Jeg vil først gå gjennom temaet sosiale medier med de ulike plattformene informantene diskuterte og benyttet seg av mest; Snapchat, Instagram, Tiktok og Facebook. Her vil fokuset være på hvordan unge bruker disse sosiale mediene og hvordan de ulike mediene kan forsterke eller minske deres nettverk og dermed påvirke deres sosiale kapital. Deretter vil kapitlet fokusere på COVID-19 og hva informantene føler og tenker om pandemien og tiden som kommer etter.

5.1. Sosiale medier

Situasjonen er alvorlig og viruset er noe som er såpass farlig for noen at å begrense omgangskretsen ikke bør være et utpreget problem. Kontakt via sosiale medier har vært til god hjelp for meg. Det er bra det har vært såpass strengt fordi vi trenger å forstå Alvoret. Jente, 16, Bergen (UNICEF Norge, 2020, s. 53).

Selv om sosiale medier kan gis en definisjon er de ulike plattformene forskjellige både i utseende, bruk og utbytte. Informantene var veldig spesifikke på hva de bruker de ulike sosiale mediene til. Hvordan de ulike plattformene blir benyttet og hva informantene anvender dem til skal jeg nå gå dypere inn i, før jeg oppsummerer og sammenligner i kapittel 5.1.6. I tillegg til å adressere de respektive plattformenes egenart har jeg også valgt å ha et eget underkapittel om influensere da dette var noe informantene diskuterte mye. Influensere er mennesker med mange følgere på sosiale medier som dermed gjerne har større «makt», noe som sammenfaller med «rike-blir-rikere- effekten», de med flere følgere har større eksponering i sosiale medier enn de med færre følgere (Enjolras mfl., 2013, s. 27-28).

5.1.1. Snapchat – Livet i bilder

Samtlige av informantene brukte Snapchat og de aller fleste nevnte denne plattformen som den de brukte mest. Dette samsvarer med rapporten Barn og Medier 2020 der Snapchat er det sosiale mediet med flest brukere i aldersgruppen.

Informantene er enige om at Snapchat blir generelt brukt til å kommunisere med venner og familie, men også for å bli kjent med nye mennesker og gjerne for å flørte. Dette kan være fordi mange synes det er lettere å åpne seg på nett, spesielt de som er sosialt engstelige.

Jeg føler det har blitt på en måte en kultur for å bli kjent med hverandre på Snapchat. At man på en måte ikke kan bli ordentlig kjent med noen før man har fått snappen deres. Og det er liksom, jeg går jo på internatskole sånn at ja, noen av mine venner som på en måte jeg henger mye med. De snapper kanskje med en del fra andre klasser også er jo det litt rart på en måte at når man går forbi de i gangene så kjenner man de fordi man har snakka med de på Snapchat, men man kjenner de egentlig ikke fordi man snakker ikke med de i virkeligheten (Informant, 17 år).

Med andre ord kan en si at de unge bruker Snapchat til å få flere svake bånd i nettverket sitt, der noen har potensiale til å bli sterke bånd om flørten også fortsetter inn i virkeligheten. En av informantene fikk seg kjæreste under pandemien, hen fortalte at selv om de kjente kjæresten fra før var det å prate på Snapchat utslagsgivende for at det var dem nå. Snapchat brukes også for å oppmuntre venner når de har det vanskelig.

Ja, jeg vil si det for nå har man på en måte ikke kontakt med alle personene fysisk lenger. Så vertfall jeg føler et behov for å snakke med de mer på ja, Snapchat. Og det er jo litt hyggelig å snakke med de og se hvordan dagen deres går og kanskje oppmuntre de litt og sånn. For det er ikke akkurat så lett heller å sitte hjemme med hjemmeskole og sånn. Jeg vet jo at det er mange der ute som har det veldig vanskelig. Det er jo sånn når man bare sitter hjemme med skole, og de ser lite folk og ja (Informant, 18).

Dette er et eksempel på hvordan en kan bruke Snapchat for å gi eller motta sosial støtte, noe det virker som informantene har hatt behov for under pandemien. Spesielt via sosiale medier da en ikke kan møtes i person. Noen av informantene snakket også om at Snapchat er en plattform som ble brukt mye i løpet av de digitale skoledagene for å prate med dem en var i timen med uten at lærer og andre medelever kunne vite det. Dette er også noe de beskriver som en uvane de nå har tatt med seg inn i den fysiske skolen, da det er vanskelig å snakke «privat» når en må være en meter fra sidemannen.

Jeg husker det når vi kom tilbake etter juleferien så hadde vi første dag på skolen og da satt man jo med en meters avstand. Og da var liksom jeg og sidemannen så vant til å sitte å chatte under timen at vi satt liksom med hver vår telefon liksom med en meters avstand og snakka med hverandre hele timen. Og det høres jo helt absurd ut liksom, men det ble plutselig en vane som vi tok med inn i den vanlige skolen (Informant, 18).

Det er interessant å se at informanten selv har lagt merke til at hjemmeskole har ført til «bivirkninger», det vil si at nedstengingen av Norge har ført til endringer i etterkant.

Ifølge informantene i fokusgruppeintervjuene var det størst enighet om at Snapchat var det sosiale mediet som flest brukte mest, og også det mediet alle hadde økt bruken av. Økt bruk av plattformen Snapchat kan tyde på at informantene savner det å være nær vennene sine. Det kan være lettere å føle seg nærere med å sende bilder av seg selv sammenlignet med å bare sende tekstmeldinger. Ut ifra hvordan informantene beskriver bruken av Snapchat virker dette som det sosiale mediet der flest prater med gode venner og både gir og mottar sosial støtte.

5.1.2. Instagram – Extreme makeover

Instagram er den plattformen som informantene hadde flest ulike meninger om. Noen av informantene snakket negativt om plattformen, og at de enten har slettet den helt eller bruker den mindre enn før. Grunnene til dette var todelt. For det første kan Instagram bli kjedelig når det ikke er så mye som skjer grunnet pandemien. For det andre kan en føle et press på å følge med på hva venner og kjente gjør, og at en føler at en selv burde være «bedre».

At det (red. Instagram) liksom ikke er like gøy lengre. Det følte jeg også var litt slitsomt i begynnelsen av pandemien i vertfall for da var det også veldig sånn «se hvor mye jeg får ut av karantenen min» på en måte. «Se hvor mye jeg klarer å lære meg, se hvor mye jeg klarer å få trent mens jeg er i karantene» og det merket jeg at var liksom litt slitsomt å følge med på fordi det var, man følte seg liksom langt nede i utgangspunktet. Så følte man seg liksom enda mer dritt når man så at alle andre hadde det så tilsynelatende bra i karantene. Så etter det begynte jeg, eller slutta jeg, å bruke Instagram på en måte som før (Informant, 16 år).

Flere av informantene meldte at de brukte Instagram mindre enn før pandemien, en slettet hele brukeren av lignende grunner til sitatet ovenfor. Derimot mente andre informanter at Instagram har vært svært nyttig i denne tiden da en kan få tips til hva en kan gjøre nå når en har mer tid. Alt fra treningstips til baketips, gjerne ting en kan gjøre når en ikke vil være på nett. Flere mener også at det er en god kilde til inspirasjon og gode ideer. «Jeg følger ganske mange treningsprofiler på Instagram, og det føler jeg har en positiv påvirkning.» Instagram har dermed svært ulik påvirkning på informantene. Dette er plattformen der det ble diskutert mest hvordan bruk av sosiale medier påvirker psyken deres. Samtlige informerer om at de har blitt mer opptatt av hvem de følger, og hatt en «opprydning» der de avfølger dem som får dem til å føle seg dårlig. Det var også en diskusjon om at en slik opprydning var vanskelig da det ikke bare var influensere og kjendiser som fikk dem til å føle seg dårlig, men også venner og bekjente. Med dette oppsto det et annet problem i forhold til presset til å følge med på hva vennene gjorde som nevnt ovenfor. Det var i hovedsak dette som fikk den ene informanten til å slette hele plattformen, nå trengte de ikke lenger velge hvem de skulle følge eller avfølge lengre. I denne diskusjonen kom det også frem at en del av informantene ikke bare hadde begynt å fjerne folk som fikk dem til å føle seg dårlig, men også startet å følge mennesker de så opp til og som inspirerte dem på ulike plan.

5.1.3. Tiktok – Tiden går

Flere av informantene sa at de bruker Tiktok. Tiktok var appen som ble nevnt hyppigst når det gjelder tidsfordriv og underholdning. Det er også en langt mer seriøs

del av plattformen. På Tiktok får en med seg mye av det som skjer i verden nesten direkte. Dette så en etter kuppet i Myanmar den 1. februar der flere demonstranter sendte direkte fra sammenstøtene mellom politi og demonstranter eller postet videoer i etterkant (Welle, 2021). Dette skjedde også under Black Life Matters demonstrasjonene, i tillegg til informasjon om hvordan en kunne protestere trygt og generell informasjon om problemene en demonstrerte mot (Janfaza, 2020). Dette har vært med å gi omverdenen et innblikk de trolig ikke hadde fått uten sosiale medier, spesielt ikke direkte. En litt mindre seriøs del er praktiske tips hvor en kan lære ting, men informantene snakket mest om Tiktok som ren underholdning. På grunn av at Tiktok er en tidstyv hadde flere av informantene tatt et valg om å ikke ha en bruker her. Andre hadde holdt seg unna frem til pandemien startet.

Nei, jeg lasta ned Tiktok i fjor, når det først ble lockdown for da var jo alle der og det var, ja, så jeg hadde ikke det for et år siden, og jeg angret litt for at jeg lasta det ned for det tar så sykt mye tid. Men ja, jeg har jo sykt mye tid (Informant, 17 år).

En ting som er interessant er at de som ikke har bruker på Tiktok fremdeles får med seg mye av innholdet da det blir postet på andre sosiale medier. «Instagram er egentlig bare, egentlig så ser jeg på, det er egentlig litt dust da, men jeg ser på Tiktok på Instagram så egentlig har det ikke noe å si at jeg ikke har Tiktok (Informant, 19 år).»

Noen av informantene har slettet appen fordi det ble brukt for mye tid på den. Om en tenker det stemmer at underholdning og avledning har en synkende effekt på sosial kapital vil en dermed kanskje tenke at bruk av Tiktok fører til dette. En av informantene oppsummerte opplevelsen av Tiktok kort: «Man lærer alle noe av Tiktok (Informant, 18 år).» Dette utsagnet ble møtt med latter, men også lovnader. Tiktok er en plattform der en kan få lære om ting samtidig som det er gøy, såkalt infotainment. Blant annet har en av informantenes venner funnet en annen plattform gjennom Tiktok der en kan se og snakke med venner samtidig som en kan spille spill sammen: Backyard. 26. juni ble denne plattformen avviklet, Backyard falt aldri inn under min definisjon av SNS da den ikke hadde en nyhetsstrøm der en kunne interagere, produsere og/eller konsumere. Om det da stemmer at overvåkning og informasjon

fører til økende sosial kapital kan en også argumentere for at bruk av Tiktok fremmer dette.

5.1.4. Facebook – Hjelp for små, men aller mest store

En av informantene nevnte at Facebook-grupper har blitt noe som brukes mye nå under pandemien, med grupper for plantedeling- og hengekøyetur. Her har informanten funnet mennesker i alle aldre og deler av landet, kanskje verden, som deler deres interesser. Som tidligere nevnt har det også blitt opprettet Facebook-grupper under pandemien der folk kan tilby eller be om hjelp i et geografisk område. Et eksempel på hjelp kan være å dra på butikken å handle for mennesker i karantene, eller eldre/ folk i risikogrupper som ikke ønsker å dra ut.

Geografisk lokale grupper har eksistert før, men da har hovedfokus i gruppen vært å spre informasjon om ting som skjer i lokalsamfunnet og ikke eksplisitt på å tilby eller be om hjelp. En av informantene nevnte hvordan deres lokalsamfunn hadde gått sammen for å hjelpe en gutt i området som mistet begge foreldrene med kort mellomrom i 2020. Gutten trengte en ny sykkel og det ble opprettet en konto der folk kunne donere penger. Informasjon om denne kontoen ble distribuert i en lokal Facebook-gruppe. Det endte med at han fikk nok penger til å kjøpe seg en sykkel, men også at han fikk penger som ble satt til side til når han ble gammel nok til å ta lappen. En kan si at den unge gutten har «arvet» foreldrenes sosiale kapital i lokalsamfunnet, og at selv om foreldrene nå er borte så støtter de som kjente foreldrene til gutten han nå. Dermed har han fått en økonomisk fordel han uvitende fikk benyttet seg av. At guttens historie ble spredd på Facebook har trolig gjort at flere ble klar over guttens situasjon og dermed økt beløpet og støtten han mottok.

Samtidig som det ble nevnt flotte aspekter med bruk av Facebook, mente informantene at dette var en plattform som ble mest brukt av deres foreldregenerasjon og at denne generasjonen ikke bare bruker plattformen til positive handlinger.

Man ser jo så sykt mange gamle i kommentarfeltet på nyhetssaker og sånn som ikke klarer å oppføre seg. Det er så masse stygge kommentarer og

liksom jeg vil si at alle er liksom ja like gamle som mamma og de ca.
(Informant, 16 år).

Selv om unge ikke bruker Facebook til å poste innlegg hadde samtlige informanter bruker på plattformen og legger til venner her. Dette hovedsakelig fordi de bruker Messenger til å snakke sammen. Fra tidligere eksempler i teorien ser en at Facebook brukes til å stabilisere ens sosiale kapital med å holde på de svake båndene, men ut ifra hva informantene sier kan det også høres ut som det brukes for å opprettholde de sterke da det er dette de som oftest bruker til å sende meldinger. «Det har på en måte blitt en ny måte å sende meldinger på (Informant, 19).» Messenger åpner for å dele bilder, videoer og meldinger enkelt over nett, noe som gjerne er billigere enn tekstmeldinger. Mens Snapchat brukes for å sende bilder som forsvinner etter kort tid, er Messenger mest brukt til å prate sammen uten at meldingene forsvinner. Meldingene på Messenger forsvinner ikke om en ikke sletter dem fysisk, det er dermed trolig lettere å ha gode lange samtaler, men også gruppesamtaler der en planlegger ting sammen. Informantene som var russ i år nevnte blant annet at russegruppene de var medlem i planla sammenkomster, online eller fysisk, via en felles gruppechat. Dermed kan Facebook ikke bare være en god plattform for å holde på de svake båndene, ved at en ikke mister all kontakt om en er venner på Facebook, men det er også et virkemiddel for å holde på sterke bånd og kan også være et verktøy for å gjøre dem sterkere.

5.1.5. Influensere

I intervjuguiden til fokusgruppeintervjuene var ikke influensere et tema, likevel ble influensere nevnt flere ganger av informantene. Som tidligere beskrevet hadde flere av informantene hatt en opprydning der de fjernet dem de kategoriserte som «å ikke gi dem noe positivt», eller direkte fikk dem til å føle seg dårlig. Informantene var kritiske til influensere generelt, og størstedelen mente at mange influensere taklet pandemien dårlig. De tok opp flere «skandaler» der influensere selv har delt bilder og videoer der de tydelig ikke opprettholder lokale, regionale eller nasjonale regler og oppfordringer. Mange har vært på fest med mange mennesker eller vært på utenlandsreise. Ikke alle disse skandalene har vært ulovlige, men informantene mente at dette setter dem i et svært dårlig lys. Problemet, mener informantene, er at dette kan ha store ringvirkninger. Hvorfor skulle ikke en som følger disse influenserne

føle at de også kan dra på fest med masse mennesker? Det virker som om informantene er mest irritert over hvordan noen med stor påvirkningskraft oppfører seg:

Jeg vet ikke om jeg blir påvirket av det, men jeg synes det er veldig dårlig gjort at sånn influensere og sånn eh som reiser fortiden. Både innlands og utenlands, fordi at de synes det er så kjipt å være i Norge og sånne ting. Også er det sånn, det er jo like kjipt for alle andre så jeg skjønner ikke hvorfor de skal få lov å reise og så ikke oss på en måte. Jeg vet ikke om det er noe påvirkning, men jeg synes det er teit (Informant, 17 år).

Ja, jeg synes også det er veldig teit og jeg blir irritert på en måte. Nå har jo jeg for så vidt familie i både Spania og i USA. Så blir det sånn hvis du reiser nå så kan det plutselig kan ikke de komme hjem i sommer, så får ikke jeg truffet dem. Så da blir jeg veldig irritert, for det er ikke, eller jo det er vanskelig for de kanskje, og ikke kunne gå ut å ta seg en fest (Informant, 16 år).

Noen av informantene trekker også opp psykisk helse når det er snakk om influensere sin negative påvirkning. Samtidig kan det være at disse influenserne sin oppførsel kan samsvare med hvordan unge generelt oppfører seg. Oslo-ungdom i koronatiden rapporten viste at bare 50 prosent av ungdommene opprettholdt god avstand til hverandre. At det dermed også finnes influensere som gjør det samme er dermed kanskje ikke så rart, forskjellen er bare at de deler på sosiale medier og når ut til et veldig stort publikum.

Influensere er ikke bare på fest, og det finnes selvfølgelig flere som opprettholder restriksjonene under pandemien. En annen trend som ble nevnt i fokusgruppeintervjuene er hvordan det blir snakket mer om psykiske lidelser nå enn noen gang tidligere. Samtlige av informantene er enige om at det er bra at det er åpenhet rundt psykisk helse blant influensere, men at det finnes en grense som noen kanskje trækker over og at noen kan bruke det til å tjene penger.

Eh, det må alltid være noe som skal reklameres for, ehm, også den åpenheten om psykisk helse at det, det er jo på en måte, ikke at det er en trend å ha

angst liksom, men jeg føler jo hver eneste influenser på Instagram har en eller annen form for sosial angst eller noe sånt da. Jeg vet ikke om det er så lurt at på en måte alle har det for da vil det bli en trend å ha det, og det er jo ikke akkurat. Ja, det er jo ikke kult å ha angst på en måte (Informant, 18 år).

Til tross for alt det negative som har blitt sagt er det influensere informantene liker også. Selv om noen er skeptiske til å gjøre det kult å ha psykiske lidelser var dette også trukket frem som noe positivt, spesielt nå under pandemien. Blant annet de som bare viste at det er ok å ikke ha det greit og at det har vært en vanskelig tid. Kroppspositive influensere ble også nevnt som et eksempel på gode influensere. Generelt virker det som informantene var lei av influensere som viste hvor fint og flott de hadde det, eller som viser en kalkulert og oppsatt side av hvordan de har det når de ikke har det greit. Samtidig som influensere som poster uretusjerte bilder og stories uten reklame ble mer satt pris på.

5.1.6. Oppsummering av sosiale medier

De ulike rapportene tidligere omtalt samsvarer også med mye av dataen fra fokusgruppeintervjuene. Alle informantene melder at de bruker sosiale medier mer nå enn hva de gjorde før pandemien. Flere av informantene informerer om at de aktivt har tatt pauser fra sosiale medier ved å legge bort mobilen, men at disse pausene ikke har vart mer enn et par timer.

Så jeg har vært liksom, nå det siste året så har jeg liksom hatt pauser der jeg liksom må ta en time her og der for å liksom bare skru mobilen på flymodus fordi en trenger liksom litt mental pause fra alt inputet (Informant, 17 år).

Flere melder om at sosiale medier er en tidstyv og at en kan sitte på nettet lenge uten å merke at tiden går. Dette samsvarer med «Liker-Liker ikke» samt Barn og Medier 2020 rapporten. Det virker som om unge i dag aktivt styrer egen tid for å ikke bruke for mye tid på sosiale medier. En av informantene hadde lastet ned en app som hadde en tidslås på de ulike appene hen selv mente ble brukt for mye. En slik styring av tid som disse eksemplene beskriver virker for meg som om unge prøver å bruke selvdisciplin for å ikke være for mye på telefonen, men at det er vanskelig om en ikke fjerner mobilen eller muligheten til å bruke den fritt helt. I løpet av

fokusgruppeintervjuene ble tiden en bruker på sosiale medier diskutert mye, og samtlige mente at det var viktig å prøve å ikke konsumere for mye innhold.

Når det gjelder bruken av de ulike sosiale mediene virker det som om den er noenlunde lik hos alle informantene. Snapchat brukes til å holde kontakt og prate med venner og bekjente. Instagram brukes både til å vise hva en gjør, men også for å finne inspirasjon og tips. Tiktok brukes hovedsakelig for å få tiden til å gå, men også for infotainment. Facebook brukes for å være medlem av spesifikke grupper, men for det meste til å snakke og planlegge med venner. Spesielt på Tiktok og Instagram finnes det influensere som former de ulike plattformene. Disse har informantene et skeptisk syn på. Noen setter pris på influensere som inspirer til å trene eller lage ting, samtidig som de ser på mye av innholdet som er salgstriks. Det virker som at det i pandemien har vært viktigere for flere av informantene å være bevisst på hvem som har påvirkning i deres liv. Og at en opprydning på sosiale medier har vært med på å styrke egen selvfølelse.

Generelt mener informantene at sosiale medier har blitt påvirket av pandemien på ulike måter. Det har selvsagt vært flere innlegg som omhandlet COVID-19 og pandemi og det har vært mer inspirasjon og Do It Yourself (DIY) innhold om hva en kan gjøre i karantene. Sosiale medier har også blitt en plattform for å hjelpe andre mennesker. Det har også vært mye fokus på psykisk helse, noe som har vært mindre tabubelagt opp mot pandemien (Blåka, 2012), men som det nå har blitt satt enda mer fokus på, da det kanskje er flere som ikke har følt på ensomhet eller lignende før som kjenner på det nå. Informantene mener også at det nå føles viktigere å være på sosiale medier da de kan følge med på hva venner og bekjente gjør. De ulike plattformene er unike med svært ulik bruk og påvirkning på informantene, felles for de alle er det kanskje det at de føler på noe form for fellesskap. Samtidig virker det som de er enige med «Psykisk helse hos ungdom under COVID-19» undersøkelsen om at en burde kunne legge vekk sosiale medier, da det også påvirker negativt, og at ensomhet ikke blir kurert av å snakke med venner over sosiale medier. Om det er med vennegjengen, interessegrupper eller bare det å kunne le av det samme som andre ler av.

5.2. Sosiale felleskap under en pandemi

En del bekymringer blant informantene meldte seg gjennom intervjuene, spesielt knyttet til hva bivirkningene av pandemien kommer til å være. Ett av hovedpunktene på hvordan COVID-19 har påvirket informantene er hvordan de ikke lenger møter venner på samme måte grunnet hjemmeskole og restriksjoner rundt fritidsaktiviteter og hvor mange en kan ha på besøk. Det sosiale felleskapet er ikke like lett å opprettholde og de har diskutert både ensomhet og psykisk helse generelt mye. En informant som startet på videregående under pandemien ga uttrykk for at det er trist å tenke på hva hen kan ha gått glipp av. Alle potensielle venner og bekjente som hun ikke har fått møtt grunnet avgrensninger på hvem hen har kunne møte på skolen. Bortsett fra egen kohort i klassen er det ikke mange det har vært mulighet for å bli kjent med.

Sånn for min del så føler jeg at korona har ødelagt egentlig ganske mye. Fordi jeg begynte jo på videregående i korona og jeg har jo sikkert sett en femtedel av de jeg går på skole med. Så jeg føler på en måte at jeg ikke, at jeg har opplevd det jeg skulle ha opplevd om det ikke hadde vært for korona (Informant, 16 år).

Informantene som var avgangselever opplever også at de ikke har fått oppleve det de skulle i forhold til russetiden. Her er de også bevisste på at potensielle vennskap og bekjentskaper er noe de går glipp av, en av informantene oppsummerer det slik:

Eh, jeg tenker litt sånn på hvert fall vi som skal være russ i nå, i 21, så er det jo sånn at vi ikke har fått opplevd sånn som de andre kullene da, det de har fått oppleve. Det her med at det er sånne kroer som man kan dra på og bli kjent med andre som er russ i år og sånne ting (Informant, 18 år).

I de to siste sitatene viser at to ulike informanter mener at de går glipp av «det de skulle oppleve». I stor grad handler begge sitatene om vennskap og opplevelser som enten ikke fant sted eller som ikke ble så sterke som de kunne ønske på grunn av restriksjoner under pandemien. Når en starter på videregående ville en normalt økt nettverket sitt med mange svake bånd fra andre på skolen, noen av disse vil trolig vokse seg sterkere. Dette har også informantene som startet på videregående under

pandemien opplevd, men på en mindre skala innenfor sin kohort. Selv om informanten har økt både sitt sosiale nettverk og dermed sin sosiale kapital, har de likevel gått glipp av mange andre potensielle svake bånd som kunne blitt sterke. I russetiden er det litt likt som når en starter på videregående, men istedenfor å bli kjent med dem en går på skole med, blir en gjerne kjent med russ fra andre skoler via kroer eller andre arrangementer. Russ møtes gjerne i sammenheng med kroer, treff og fester, det er dermed ikke usannsynlig at de fleste bånd som blir knyttet her blir svake. Om en legger de en møter på en fest til på Snapchat, som ut ifra informantene er den sosiale medieplattformen de bruker for å bli kjent med hverandre, kan disse båndene også bli sterke. Bare det å øke nettverket sitt med svake bånd, det å bli kjent med unge fra andre skoler, klasser og kanskje utdanning vil trolig øke tilgangen på ulike ressurser i nettverket deres.

Selv om flere av informantene synes det var deilig med hjemmeskole i starten virket det som informantene savnet det felleskapet det å gå på skole bringer. Samtidig viser de innsendte svarene fra ungdommen i rapporten «U-report Norge» fra 2020 at mange liker å ha hjemmeskole. Noen svarer dette da de kan sove lenge, unngå lekser og at en kan spille FIFA i skoletiden, mens andre har litt «dypere» grunner som at de får stresset ned og dermed har gjort det bedre på skolen. Det er viktig å påpeke at disse svarene er fra 2020, og er dermed relativt tidlig i pandemien i forhold til et år senere. I forhold til rapporten «Oslo-ungdom i koronatiden» meldte flest informanter at de gledet seg til å komme tilbake til normal skolegang. Etter et år med åpning og lukking med restriksjoner og karantener som medfølger å være mye alene virker det som alle informantene ønsker at skolen og livet generelt skal gå tilbake til normalen. At informantene ikke har noe klart svar på når skolen og hverdagen kan gå tilbake til normalt igjen øker også usikkerheten på hva de skal gjøre videre, spesielt for de som gikk sisteåret på skolen.

Informantene grubler mye over hvordan ting kommer til å være etter pandemien er over, og når pandemien kommer til å være over. Flere var bekymret over hvordan pandemien og dens restriksjoner har fått utløp ovenfor befolkningens psykiske helse. Dette tatt i betraktning så er det også en optimisme rundt at psykisk helse, at åpenheten kommer til å fortsette å øke fordi flere har opplevd å ha det vanskelig.

5.3. Endringer rundt sosiale medier etter starten av pandemien

Sosiale medier har endret seg fra før pandemien ifølge informantene. Det har blitt en større åpenhet rundt temaer som tidligere har vært tabubelagte, kanskje spesielt rundt psykisk helse. Det har blitt mer normalt å dele når en ikke har det helt perfekt på sosiale medier. Ikke bare «vanlige» mennesker, men også influensere kan ha det tøft og har i denne tiden delt at de for eksempel har følt seg ensomme. I forhold til psykisk helse ser informantene at flere organisasjoner, som jobber med unge og helse, har kommet seg på sosiale medier som Snapchat og Instagram, noe som gjør det enklere å ta kontakt om det er noe en skulle trenge hjelp til. Som tidligere nevnt er det flere sider av saken når det kommer til åpenhet, og det er ikke alle som ser på åpenheten rund psykisk helse som bare noe positivt, men innenfor fokusgruppene er det i all hovedsak sett på som noe bra. Med unntak av at noen informanter mente at influensere kan bruke en diagnose for sympati som igjen fører til at de tjener penger.

Et fenomen som trolig ikke hadde vært til uten COVID-19, i det minste ikke på like stor skala som det er nå, er arrangementer som blir strømmet via nett. Informantene nevnte i fleng: Russemøter, styremøter, ungdomsmøter, gudstjenester, begravelser, stand-up, konserter og quiz. I tillegg til slike offentlige møter ble også Backyard, Zoom og Teams nevnt som steder der de kan møte venner og holde bursdagsfeiringer. Det er noe usikkert om Zoom og Teams faller inn under min definisjon av sosiale medier, da det ikke finnes noen offentlig nyhetsvegg å poste innhold, men det er mulig å lage grupper der en kan dele med hverandre. Grunnet denne usikkerheten velger jeg å gjøre dette tydelig her, samtidig som jeg fortsetter å omtale spesielt Zoom i henhold til å møte hverandre digitalt, men oppgaven vil ikke så inn på Zoom og Teams som plattformer videre.

Sett bort ifra begravelse har alle de andre type arrangementene nevnt ovenfor blitt strømmet på sosiale medier. Arrangementer som stand-up og konserter har også benyttet seg av andre typer medier hvor en kan få inntekt av showet. Mange av de nevnte arrangementene skjer via Facebook, og selv om informantene mente det var en god løsning å avholde møter digitalt når det ikke var mulig å møtes, virket det ikke helt som om det hadde lik effekt som å være til stede, spesielt på offentlige arrangementer.

Det litt sånn at når det er så annerledes også så er det liksom sånn at ting som det ikke er like gøy lengre for du treffer ikke folkene som er der, du vet ikke om hvem som er der sammen med deg. Og det blir på en måte sånn at man blir sånn ehhh, vi kan jo bare droppe det. Det er, ja, det er ikke det det var (Informant, 18 år).

Derimot virker det som om de private møtene via Zoom, Teams og Backyard er en bedre substitutt for å møtes i virkeligheten, fremdeles ikke en erstatter. Her kan en se hverandre og prate med hverandre nesten som om en er sammen. Spesielt er noen av informantene opprømt over Backyard som er en nettside der en kan spille spill sammen. En kan lage bruker og deretter lage «spaces» der du kan invitere venner med for å komme innom for å spille med deg. Dette mediet ble som sagt funnet ut av via Tiktok.

I tillegg så bruker vi jo mye mer apper som Zoom og teams og sånne ting. Og vi bruker ikke bare med, eller jeg gjør vertfall ikke bare med lærerne nå lengre, men jeg bruker det med alle vennene mine også. For å få sett ansiktene deres og snakka med de. Også har vi brukt noe som heter Backyard. Ja, det var navngitt bekjent som viste oss det. Og hun hadde lært det av noen som hadde sett det på Tiktok. Men der kunne man liksom se hverandre, snakke sammen og spille sammen. Så det var jo, det var jo drit gøy nå i karantene tiden, for det har vi gjort nesten hver dag og det er jo skikkelig gøy tidsfordriv på kvelden, og vi har liksom sittet i fire timer og snakka med hverandre. Så det føles jo ut som vi er sammen da (Informant, 18 år).

Det virker som at det å se hverandre imens en gjør en aktivitet man gjerne ville gjort til vanlig når en er sammen kan være den beste erstatningen for å fysisk møtes. Om sosiale medier kan fungere som en erstatter for å møtes fysisk vil vi komme tilbake til i 6.3.

6.0. Diskusjon

Dette kapittelet tar utgangspunkt i de fire delproblemstillingene som jeg ønsker å besvare grundig med hjelp av bakgrunn, teori og analyse fra tidligere i oppgaven. Ved å gå i dybden i disse spørsmålene håper jeg på at det vil være enklere å besvare om hypotesen «Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien» kan verifiseres eller falsifiseres i siste kapittel.

6.1. Hva bruker unge sosiale medier til under en pandemi?

Det er mye som kan trekkes frem når en ser på hva unge bruker sosiale medier til. For å gjøre dette oversiktlig vil jeg igjen bruke McQuails (1987) fire kategorier av massemedier.

Informasjon. De unge bruker blant annet Instagram til praktiske råd som å lære å gjøre ulike ting fra DIY til ulike treningsprogram, samt informasjon om generelle interesser. På Tiktok kan en lære om ting innenfor sitt interessefelt, men en kan også se viktige verdensnyheter skje både på video og direktesendinger. Slik en så under Black Lives Matter demonstrasjonene og kuppet i Myanmar. Facebook er også en god plattform til å søke opp informasjon innenfor sitt interessefelt og gjerne bli medlem i grupper der en får informasjon om dette, som for eksempel plantegrupper. Samtidig er både Facebook, Snapchat og Instagram verktøy for å motta og gi informasjon fra ens umiddelbare nærmiljø og hva ens bekjente, venner og familie holder på med.

Underholdning. Under underholdningskategorien er det spesielt to sosiale medieplattformer som blir benyttet: Instagram og Tiktok. Tiktok spesielt har blitt diskutert til å være den appen en bare skal bruke litt, og så har timer forsvunnet forbi. Videoene på Tiktok blir også spredd på andre sosiale medier, og selv de informantene som ikke hadde appen Tiktok så på videoer herfra på blant annet Instagram. Informantene nevnte blant annet at de nå hadde mer tid, spesielt om de var i karantene eller streng nedstenging, og at det å være på sosiale medier var et tidsfordriv de kunne sette pris på, selv om det kan bli litt for mye innimellom. Det kan virke som om denne ekstra tiden ikke blir fylt opp med tradisjonelle former som underholdning som å se på tv, film, eller det å lese en bok. I fokusgruppeintervjuet

ble det nevnt at det egentlig hadde vært fint å sette seg ned med en bok, men at det nesten var en automatikk å bruke den ekstra tiden de hadde til rådighet på mobilen. Dette gjaldt også når det bare var snakk om å måtte vente i et par minutter.

Felleskap og sosial kontakt. En stor del av hva informantene nevnte når det gjelder hva en bruker sosiale medier til faller under denne kategorien. Snapchat ble beskrevet som et sted der en prater med venner og støtter hverandre når det trengs. Plattformen ble også brukt for å bli kjent med folk og gjerne et sted å flørte med potensielle fremtidige kjærester. Dette er noe som spesielt er gunstig for de som er sosialt engstelige da det gir bedre mulighet for å kalkulere og tenke gjennom svarene enn hva en kan i virkeligheten. I pandemien har Snapchat fungert som en erstatning for sosialt samvær ansikt til ansikt og er et verktøy for å holde kontakt og å føle tilhørighet og felleskap. På Instagram er det enkelt å følge med på hva venner og bekjente gjør og samtidig vise dem hva du gjør, uten at en nødvendigvis prater med dem. Derimot brukes Facebook litt motsatt da informantene gjerne ikke legger ut innlegg, men snakker med venner og familie i Messenger. Sosiale medier er en effektiv og billig måte å holde kontakten med venner og familie, selv de i andre tidssoner. Informantene mente også at det har vært viktig med tanke på å støtte hverandre og hjelpe venner som kanskje ikke hadde det så lett psykisk i pandemien eller generelt, dermed er sosiale medier blitt et verktøy for å gi og motta sosial støtte til venner. Plattformen som Zoom og Backyard har også blitt benyttet til dette. Samtidig har Facebook vært en plattform der brukere har bedt om hjelp og å hjelpe. Både med praktiske ting for folk i karantene eller i risikogrupper som ikke har ønsket å gå ut, men det har også vært tilbud om samtalepartnere for dem som føler seg alene. Dermed kan den sosiale støtten også utvides til mennesker en ikke kjenner.

Personlig identitet. Å finne ut hvem en egentlig er kan være en prosess en går gjennom når en går på videregående. Hva er det en egentlig bryr seg om, hvem ser en opp til og hvordan har en lyst å kle seg? I forhold til informantene i fokusgruppeintervjuene virket det som om Instagram var stedet en gikk til for å besvare disse spørsmålene, som et supplement til ting utenfor sosiale medier. På Instagram kan en følge inspirerende kontoer som deler dine syn på ting som en ser opp til. Eksempler som ble nevnt var kroppspositivister, treningskontoer og kristne kontoer og generelt influensere med samme holdninger som de ulike informantene.

Tiktok kan også være med å inspirere og forsterke personlige verdier og adferd ved å se, og gjerne følge, mennesker du ser opp til og som deler eller utfordrer de unges syn på ting, med videoer om personlig stil og lignende, men også videoer med viktige politiske budskap som eksemplene fra BLM-demonstrasjonene og Myanmar. På Snapchat virker det ikke som at personlig identitet er så mye i fokus for informantene, men ved å prate med venner og familie kan en forme seg selv. Dette kan en også si om Facebook, da spesielt Messenger, samtidig som det å være med i ulike grupper kan være med å finne forbilder eller økt selvinnsikt. Mange av informantene pratet dessuten om at foreldregenerasjonen ofte oppførte seg dårlig på Facebook, ofte i kommentarfelt og at dette var noe de ikke synes noe om. Å se voksne oppføre seg dårlig gjennom kommentarer kan ha en negativ effekt. Men det kan også gjøre dem opplyste på hvordan de ønsker, og ikke ønsker, å oppføre seg. Dermed har den eldre generasjonen i kommentarfeltet vært med å vise informantene hvordan de ikke vil være på sosiale medier.

6.2. Har unges bruk av sosiale medier endret seg under pandemien?

Ifølge eksterne rapporter og egen datainnsamling har unge benyttet seg av sosiale medier under pandemien i større grad enn hva de gjorde før. Under fokusgruppeintervjuene virket det ikke som om hva en bruker denne ekstra tiden til har endret hvordan de bruker sosiale medier betraktelig. Det som ble nevnt var at det selvfølgelig var mer prat om pandemien, og at sosiale medier ble mer brukt for å finne inspirasjon til noe å gjøre hjemme. Samtidig som samtlige melder at de bruker mer tid på sosiale medier har en informant også installert en tidslås der hun ikke kan bruke ulike medier mer enn hva låsen er på. Dessuten virker det som om det har blitt mer fokus på hvem en følger, spesielt i forhold til influensere, og dermed større fokus på hvilken påvirkning sosiale medier har på en, kanskje nettopp fordi de bruker mer tid her. Den økte bruken er i stor grad knyttet til at de unge ikke lenger ser hverandre like mye som før pandemien. Sosiale medier som Snapchat og Facebook Messenger har dermed blitt benyttet mer for å holde kontakten med venner og familie, og å gi og motta sosial støtte.

Under fokusgruppeintervjuene kom det frem at en gjerne brukte Snapchat til å kommunisere med medelever i løpet av den digitale skoledagen og at denne uvanen

hadde fortsatt når skolen åpnet igjen. Det kan dermed se ut som at ikke bare har pandemien endret hvordan en bruker sosiale medier i en unntakstilstand, men kanskje også påvirket hvordan en bruker det når en kommer tilbake til normalen. Bruken av geografiske grupper på Facebook har også endret seg fra å stort sett inneholde hva som skjer i området til å handle mer om å hjelpe hverandre i lokalmiljøet. Sistnevnte kan være endringer som på sikt er med på å skape et sterkere lokalsamfunn, med mer åpenhet og mindre skam om å be om hjelp. Kanskje er dugnadsånden, gjerne i form av sosial støtte, vekket til live på ny via sosiale medier?

6.3. Hvordan kan sosiale medier fungere som en erstatning for fysiske møter?

Det er flere plattformer som en kan ha møter virtuelt på som Zoom og Backyard. Selv om disse plattformene har blitt benyttet av informantene med både bursdagsselskap og spillekveld, er det ikke nødvendigvis noe som fungerer som en god erstatning. Det er trolig dette som føles mest som en «vanlig» sammenkomst, men ifølge informantene er det Snapchat som har hatt den største betydningen. Her har bruken økt betraktelig og det er Snapchat informantene har benyttet seg mest av som erstatning av å være med vennene sine. Ved å bruke Snapchat til å sende bilder og videoer med tekst holder informantene kontakt med venner, familie og kjærester. Snapchat har vist seg å være en plattform der informantene gir og mottar sosial emosjonell støtte. En av informantene fikk seg kjæreste under pandemien, selv om de kjente kjæresten fra før var det ved hjelp av Snapchat under karantene at de ble ordentlig kjent.

En annen informant hadde også brukt sosiale medier til å gå på konserter og standupshow. I starten av pandemien var det mange som direktesendte slike ting via Facebook, det har siden blitt mer vanlig å bruke andre nettsider der publikum må betale for å se på og har dermed gått bort fra sosiale medier. Det kan være spennende å se om slike liveshow vil være en permanent endring, slik at de som holder showet kan nå ut til et større publikum på nett, kanskje samtidig som de har et publikum der de er. Undersøkelsen «Psykisk helse hos ungdom under COVID-19» viser til at sosiale medier ikke er en god erstatning for fysiske møter og Bekkhus,

Soest og Fredriksen (2020) mener at en burde jobbe mot å lage arenaer der unge kan møtes fysisk for å hjelpe unges psykiske helseproblemer og ensomhet. Samtidig viser tidligere forskning at noen liker å møtes på nett og at en tørr å være mer åpen her. Ut ifra eget materiale er jeg enig i Bekkhus, Soest og Fredriksens konklusjon som er at det ikke er godt nok å møtes bare på nett. Samtidig som en ikke får samme nærhet med venner og familie virker det som om den manglede muligheten til å møte nye mennesker gjør dette til en spesielt dårlig erstatning.

6.4. Kan unges sosiale kapital vedlikeholdes over sosiale medier?

Sosiale medier er ypperlig til å opprettholde svake bånd, og i tidligere forskning ser en at spesielt Facebook er nyttig til dette. Dette er en plattform som ikke nødvendigvis brukes like aktiv blant unge som det Facebook ble brukt før, men en har fremdeles kontakt med gamle bekjente ved et tastetrykk om en ønsker, og det er mindre sjanse for å miste hverandre helt. Samtidig kan en også legge til nye en møter, ut ifra informasjonen fra fokusgruppeintervjuene virker det som om unge i dag legger disse til på Facebook og Instagram, men at de i all hovedsak først legges til på Snapchat. Der en bruker Snapchat til å bli bedre kjent, og dermed skape sterkere bånd. Både på Instagram og Facebook ble det nevnt at en kunne møte nye mennesker, gjerne med like interesser som i grupper om hengekøyeturer eller planteinteresse som tidligere nevnt. I eksempelet som kom frem om den unge gutten som fikk hjelp fra lokalsamfunnet via sosiale medier ser en at den sosiale kapitalen kan omformes ganske direkte til økonomisk kapital via hans foreldres sosiale nettverk. Ved hjelp av en lokal Facebook gruppe ble flere klar over den unge guttens uheldige situasjon som igjen trolig førte til at den økonomiske hjelpen økte i forhold til hva den ville gjort uten hjelp fra sosiale medier. Facebook har også blitt brukt for å motta praktisk støtte, gjerne gjennom lokale grupper.

Det er interessant å se hvordan de ulike sosiale mediene gagnar ulike typer bånd. Snapchat og Facebook Messenger virker som de plattformene som er for de sterke båndene, da det er her en snakker med venner. Det er også plattformer som er gode for å forsterke bånd, da dette er plattformene en gjerne legger til nye bekjente. Om en ser bort ifra Messenger er Facebook ikke like relevant for de unge, da det ikke bli mye brukt med unntak av grupper der en kanskje kan forme svake bånd. Instagram

virker heller ikke som en plattform der en skaper spesielle bånd. Instagram kan fungere på samme måte som Facebook i forhold til at om en følger hverandre så mister en aldri helt kontakten, i den settingen så er det større sannsynlighet for at det blir lagt ut innhold fra informantene på Instagram i forhold til på Facebook. Tiktok virker som det sosiale mediet som har vært diskutert som skaper minst bånd ifølge mine informanter og det eneste som kunne blitt diskutert som styrkende på båndene er at en kan dele videoer med venner. Dette er noe en gjerne gjør med folk en allerede kjenner godt. Når det er sagt så er det viktig å påpeke at dette er ut ifra mine informanter, der ingen er noe i nærheten av hva en kan kalle en influencer, om det hadde vært tilfelle ville det trolig vært mulig å sette økende sosial- og økonomisk kapital, spesielt av svake bånd på alle sosiale medier en ønsker å være offentlig.

Selv om det er ulike type bånd en har på de forskjellige plattformene har alle de sosiale mediene en kvalitet til felles, de opprettholder unges sosiale nettverk. Om en ikke sletter sine sosiale medier har man mulighet for å ta kontakt raskt og enkelt med de fleste en kjenner eller har kjent. Sosiale medier virker som et sikkerhetsnett for ens sosiale nettverk. Tatt alt dette i betraktning ser det ut til at ja, sosiale medier kan vedlikeholde unges sosiale kapital.

7.0. «Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien.»

Ved å benytte meg av diskusjonen av delproblemstillingene, vil jeg i dette siste kapitlet diskutere hypotesen «Sosiale medier har vedlikeholdt unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien». I tillegg vil jeg helt til slutt komme med noen eksempler på hva jeg synes ville vært interessante temaer til videre forskning.

Det er sikkert at det ikke har vært lett for alle unge å sitte med hjemmeskole samtidig som en har restriksjoner på hvem og hvor mange en kan møte, eller i verste fall være i karantene som noen av informantene var under fokusgruppeintervjuene. Unge på videregående skole som er vant til å være med mange mennesker på skolen, fritidsaktiviteter og fritiden, dette har de vært tvungne til å minske kraftig.

Usikkerheten rundt at en ikke vet når pandemien vil være over, eller når det norske samfunnet går tilbake til normalen har vært en faktor som har gått inn på informantene. Spesielt for de informantene som gikk siste året på videregående var dette en bekymringsfaktor, da det er umulig å planlegge fritt hva en vil i fare for at planene kan bli kansellert grunnet økende restriksjoner eller smitte. Fremtiden blir dermed mer utrygg og uforutsigbar i forhold til det den ville være utenfor pandemien.

Med utgangspunkt i datainnsamlingen ser jeg at informantene mener de har gått glipp av å møte og bli kjent med mange mennesker, og her opplever jeg ikke at sosiale medier har vært et godt alternativ. Selv om informantene nevnte Snapchat spesielt som et verktøy for å flørte og bli bedre kjent med andre. Det virket hovedsakelig som at Snapchat ble brukt etter de først hadde møttes kort og at det ikke er fullstendig fremmede mennesker informantene la til på Snapchat. De sosiale mediene en kanskje følger flest fremmede på er Tiktok og Instagram, men her er det gjerne på bakgrunn av interesse, underholdning eller inspirasjon, ikke nødvendigvis for å bli kjent og knytte svake eller sterke bånd. Dermed kan ikke sosiale medier erstatte unges behov for å møte folk i virkeligheten og er et dårlig verktøy for å øke ens sosiale nettverk.

Den sosiale kapitalen til unge har ikke nødvendigvis minket under pandemien i forhold til hva den var før, men det er grunn til å tenke at informantenes sosiale

kapital ikke har økt slik den ville gjort om det ikke var en pandemi. De få årene en går på videregående møter en normalt mange mennesker og er en periode der ens sosiale nettverk kan bli mye større. Mangelen på nye personer i nettverket var noe informantene selv la merke til både når det kom til de som startet på videregående under pandemien, men også de som var russ.

Samtidig kan en argumentere for at noen av de allerede eksisterende båndene i unges sosiale nettverk kan ha økt betraktelig på grunn av pandemien, og at forsterkningen av allerede eksisterende bånd dermed har økt unges sosiale kapital. Det har ikke vært like tabu å snakke om hvordan en har det, og det har vært en åpenhet for å be om hjelp og å vise støtte både fysisk og emosjonelt. Facebook Messenger og Snapchat har vært et spesielt godt verktøy der unge kan snakke sammen som en erstatning for å ikke kunne være sammen. Når tidligere forskning viser at det er enklere å være åpen over sosiale medier kan det være at samtaler har funnet sted som ellers kunne vært vanskelige å ta opp. Dette kan ha ført til at noen bånd har blitt sterkere enn hva de ville vært om det ikke hadde vært for en pandemi. Noe som kanskje spesielt gjelder for de som er sosialt engstelige og synes det er vanskelig å åpen i person.

Det er vanskelig å være bastant på om hypotesen kan falsifiseres eller verifiseres. Gjennom oppgaven opplever jeg å ha vist at sosiale medier har vært en stor støttespiller i de unges sosiale liv under pandemien, i større grad enn det det har vært tidligere. Samtidig så er det vanskelig å måle unges sosiale kapital på en noe overfladisk måte, og kun ved bruk av kvalitative fokusgruppeintervju. Om hypotesen hadde vært: «Sosiale medier har vært med på å opprettholde unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien» hadde jeg vært åpen for å verifisere hypotesen. For jeg mener oppriktig at informantene har lagt mye vekt på hvordan ulike sosiale medier har vært med å opprettholde vennskap, men også egen og venners psykiske helse. Samtidig er det umulig å måle hva de unge har tapt, eller vunnet, av sosial kapital i denne perioden og at dette er et prosjekt langt større enn denne masteroppgaven. Derfor mener jeg at det ikke vil være mulig å verken verifisere eller falsifisere hypotesen slik den står, men at jeg gjennom dette forskningsprosjektet kan si at sosiale medier har vært med på å opprettholde unges sosiale kapital under COVID-19 pandemien.

Hva som konkret har vært utslaget for unges sosiale- nettverk og kapital under pandemien ville vært et spennende tema for videre forskning. Muligheten for hvordan forskjellene er mellom de som gikk på videregående før, under og etter pandemien er også noe som ville vært interessant på lang sikt, da dette også var noe som informantene til forskningsprosjektet var nysgjerrige på. Konkret på sosiale medier ville videre forskning på om endringene av bruken av sosiale medier videreføres når pandemien en gang er slutt også være et interessant forskningstema.

Referanseliste

- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.
- Anvik, C. H., Bliksvær, T. & Olesen, E. S. B. (2021). «Gruppen mener»? Om bruk av fokusgruppedesign innen velferds- og helsetjenesteforskning om samhandling. I: *Tidsskrift for velferdsforskning*. 24. no 1(2021). s. 21-34.
- Arbeidsgiverportalen. (2021). Anbefaler hjemmekontor om mulig i hele landet. *Arbeidsgiverportalen.no*. Tilgjengelig fra: <https://arbeidsgiver.difi.no/strategisk-hr-og-ledelse/koronaviruset-slik-bor-statlige-arbeidsgivere-forholde-seg/regjeringen-om-koronasituasjonen/anbefaler-hjemmekontor-om-mulig-i-hele-landet> [Lest: 12.08.2021.]
- Bakken, A. (2020). *Ungdata 2020. Nasjonale resultater*. NOVA Rapport 16/20. Oslo: NOVA, OsloMet.
- Bakken, A., Pedersen, W., Soest, T. V. & M. Aa. Sletten (2020). *Oslo-ungdom i koronatiden. En studie av ungdom under covid-19-pandemien*. NOVA Rapport 12/20. Oslo: NOVA, OsloMet.
- Bekkehus, M., Soest T. V. & Fredriksen, E. (2020). Psykisk helse hos ungdom under covid-19. *Psykologtidsskriftet.no*. Tilgjengelig fra: <https://psykologtidsskriftet.no/vitenskapelig-artikkel/2020/06/psykisk-helse-hos-ungdom-under-covid-19> [Lest: 25.03.2021.]
- Bjørkman, I. & Pettersen, K. (2012). «De har erfaringer med hva som hjelper.» Høgskolen i Oslo og Akershus.
- Blåka, S. (2012). *Engasjement, åpenhet og holdninger til psykisk helse og psykisk sykdom. Status etter Opptreppingsplanen*. Norsk institutt for by- og regionforskning. Oslo.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. I Richardson, J. (1986). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Westport, CT: Greenwood. (s. 241-258).
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 2006(3), (s. 77-101).
- Brown, T. N., & Scheid, T. L. (2010). The Social Context of Mental Health and Illness. I: T. Scheid & T. Brown (Eds.), *A handbook for the study of mental health: Social contexts, theories, and systems* (s. 163-170). New York, NY, US: Cambridge University Press.

Cacioppo, J. T., & Patrick, W. (2008). *Loneliness – Human nature and the needs for social connection*. W. W. Norton & Company. New York.

Coleman, J. S. (1990). *Foundations of social theory*. Cambridge, Mass: Belknap Press of Harvard University Press.

Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing Among Five Approaches*. (3rd edition). Thousand Oaks, CA: Sage.

Creswell, J.W. & Poth, C. (2018). *Qualitative inquiry and research design. Choosing Among Five Approaches*. (4th edition). London: SAGE Publications.

Donath, J. & boyd, d. (2004). Public Displays of Connections. *BT Technology Journal*, 22(4), s. 71 – 82.

Eimhjellen, S. (2011). Frå face-to-face til Facebook? Sosiale medier og kollektiv handling. I: Wollebæk, D. & Seggaard, S., B. (red). *Sosial kapital i Norge*. (s. 276 – 290). Cappelen Damm AS.

Ellison, N., B. & Boyd, D. M. (2013). Sociality trough social network sites. I: Dutton, W., H. (red.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*. (s. 151 – 172). Oxford University Press

Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johnsen K. & Wollebæk, D. (2013). *Liker – liker ikke. Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Cappelen Damm Akademisk

Folkehelseinstituttet (2021). Statistikk om koronavirus og covid-19. *FHI.no*. Tilgjengelig fra: <https://www.fhi.no/sv/smittsomme-sykdommer/corona/dags--og-ukerapporter/dags--og-ukerapporter-om-koronavirus/> [Lest: 31.08.2021.]

Freitas, H., Oliveira, M., Jenkins, M. & Popjoy, O. (1998). *The Focus Group, a qualitative research method: reviewing the theory, and providing guidelines to its planning*. University of Baltimore.

Frøjd, K. (2020). Stengt i over at halvt år: - Har fått et ufortjent dårlig rykte. *TV2.no*. Tilgjengelig fra: <https://www.tv2.no/a/11975199/> [Lest: 16.06.2021.]

Gilje, N. & Grimen H. (1993). *Samfunnsvitenskapenes Forutsetninger: innføring i samfunnsvitenskapenes vitenskapsfilosofi*. Oslo: Universitetsforlaget.

Grønmo, S. (2016). *Samfunnsvitenskapelige Metoder* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Halvorsen, K. (2008). *Å forske på samfunnet*. J.W. Oslo: Cappelen Forlag AS.

Hampton, K.N.; Goulet, L.S.; Rainie, L; Purcell, K. (2011). *Social Networking Sites and Our Lives: How People's Trust, Personal Relationships, and Civic and Political Involvement are Connected to Their Use of Social Networking Sites and Other Technologies*. Pew Internet & American Life Project: Washington, DC, USA, 2011.

Hannabuss, S. (1996). Research interviews. I: *New Library World*. Vol. 97, No. 5. S. 22 – 30.

Helsedirektoratet.no (2021, 26. mars). *Smittevern for idrett. – Nasjonal veileder*. Tilgjengelig fra: <https://www.helsedirektoratet.no/veiledere/smittevern-for-idrett-covid-19> [Lest: 02.04.2021.]

Helve, H. & Bynner, J. (2007). Youth and Social Capital: Introduction. I: *Youth and Social Capital*. Helve, H. & Bynner, J. (red) Tunfell Press. London, United Kingdom.

Hennink, M., Hutter, I. & Bailey, A. (2011). *Qualitative research method*. London: SAGE Publication Ltd.

Hoffart, A., Johnson, S., U. & Ebrahimi, O. V. (2020). Loneliness and Social Distancing During the COVID-19 Pandemic: Risk Factors and Associations with Psychopathology. I: *Frontiers in Psychiatry*.

Hutchinson, G. S. (2010). *Samfunnsarbeid: mobilisering og deltagelse i sosialfaglig arbeid*. Gyldendal Akademisk.

Høyland, H., Jørgensen, G. & Halleland T. (2020). Her kan en klem i koronatid gi to år i fengsel. *NRK*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/rogaland/klem-eller-handhilsing-i-koronatid-kan-gi-to-ar-i-fengsel-1.14953740> [Lest: 22.03.2021.]

Janfaza, R. (2020). Tiktok serves as hub for #blacklivesmatter activism. *CNN*. Tilgjengelig fra: <https://edition.cnn.com/2020/06/04/politics/tik-tok-black-lives-matter/index.html> [Lest: 07.05.2021.]

Kolberg, M., Olsson, S. V., Elster, K., Lote, P. A., Mjaaland, O. & Åsali, S. (2020). Første tilfelle av koronasmitte i Norge. *NRK*. Tilgjengelig fra: <https://www.nrk.no/norge/forste-tilfelle-av-koronasmitte-i-norge-1.14920058> [Lest: 10.03.2021.]

Krueger, R., A. & Casey, M., A. (2001). Designing and Conducting Focus Group Interviews. I: Krueger, R., A., Casey, M., A., Donner, J., Kirsch, S. & Maack,

J., N. *Social Development Papers. No. 36. June 2001. Social Analysis Selected Tools and Techniques*. The Social Development Family of the World Bank. S. 4 – 23.

Kuncoro, B., A. & Iswanto, B., H. (2015). TF-IDF method in ranking keywords of Instagram users' image captions. I: *2015 International Conference on Information Technology Systems and Innovation (ICITSI)*. S. 1 – 5.

Ledwith, M. & Springett, J. (2010). *Participatory practice: Community - based action for transformative change*. Great Britain: The Policy Press, University of Bristol

Marin, A. & Wellman, B. (2011) Social Network Analysis. An introduction. I: Scott, J. & Carrington, P., J. (red.) *The SAGE Handbook of Social Network Analysis*. (s. 11 – 25). SAGE Publications Ltd.

Marx, K. (1996). *Das Kapital* (F. Engels, Ed.). Regnery Publishing

McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction* (2nd ed.). London: Sage Publications, Inc.

McQuail, D. & Deuze, M. (2020). *Media & Mass communication theory*. (7th ed.). London: Sage Publication Ltd.

Medietilsynet (2020). *Barn og medier 2020*. Medietilsynet.

Morawetz, C., Berboth, S. & Bode, S. (2021). With a little help from my friends: The effect of social proximity on emotions regulation-related brain activity. I: *NeuroImage*. Vol. 230.

Nixon, J. (2017). *Hans-Georg Gadamer. The Hermeneutical Imagination*. Cham: Springer International Publishing AG.

Nøkleby H., Berg R. C., Muller A. E. & Ames H. M. R. (2021). *Konsekvenser av covid-19 på barn og unges liv og helse: en hurtigoversikt. 2021*. Oslo: Folkehelseinstituttet

Olson, K. (2016). *Essentials of Qualitative Interviewing*. New York: Routhledge.

OsloMet. (2020). Oslo-Ungdom i koronatiden. *OsloMet*. Tilgjengelig fra: <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsprosjekter/oslo-ungdom-i-koronatiden#:~:text=%C2%ABOslo%2Dungdom%20i%20koronatiden%C2%BB,dere s%20liv%20under%20korona%2DEpidemien>. [Lest: 05.05.2021.]

Pettersen, L. (2012). Enterprise 2.0: Sosialt tøv på jobben eller strategisk kunnskapsforvaltning? I: Brønn, P. S., Dalen, O., Eriksen, I. F., Fremmersvik, B.,

Kalsnes, B., Pettersen, L., Vestgarden, K. & Vullum, T. *Sosiale medier fra innsiden og ut.* (s. 29 – 55). Kommuneforlaget.

Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy.* New Jersey: Princeton University Press.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community.* New York: Simon & Schuster.

Rainie, H., & Wellman, B. (2012). *Networked: the new social operating system.* Cambridge, Mass.: MIT Press.

Regjeringen (2020, 24. mars). *Tiltakene mot koronavirus videreføres* [Pressemelding] Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/tiltakene-mot-koronavirus-viderefores/id2694682/> [Lest: 22.03.2021.]

Regjeringen.no (2020). Statsministerens innledning på pressekonferanse om nye tiltak mot koronasmitte. *Regjeringen.no.* Tilgjengelig fra: <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statsministerens-innledning-pa-pressekonferanse-om-nye-tiltak-mot-koronasmitte/id2693335/> [Lest: 10.03.2021.]

Rønningen, R. & Starrin, B. (2009). Sosial kapital – et nyttig begrep. I Rønningen, R. & Starrin, B. (Red.), *Sosial kapital i et velferdsperspektiv. Om å forstå og styrke utsatte gruppers sosiale forankring* (s. 17 – 30). Gyldendal Norsk Forlag AS.

Schiefloe, P. M. (2015). *Sosiale landskap og sosial kapital. Nettverk og nettverksforskning.* 2. utgave. Universitetsforlaget. Oslo

Soest, T. V., Bakken, A., Pedersen, W. & Sletten, M. A. (2020). Livstilfredshet blant ungdom før og under covid-19-pandemien. Tidsskrift for Den norske legeforening. Tilgjengelig fra: <https://tidsskriftet.no/2020/06/originalartikkel/livstilfredshet-blant-ungdom-og-under-covid-19-pandemien> [Lest: 05.05.2021.]

Soest, T. V., Pedersen, W., Bakken, A. & Sletten, M. A. (2020). *Smittevern blant Oslo-ungdom under covid-19-pandemien.* Tidsskrift for Den norske legeforening. Tilgjengelig fra: <https://tidsskriftet.no/2020/06/originalartikkel/smittevern-blant-oslo-ungdom-under-covid-19-pandemien> [Lest: 05.05.2021.]

Steen-Johnsen, K, Enjolras, B. & Kruse, A, E. (2012). Nettverkssamfunn og frivillige organisasjoner. Senter for forskning på sivilsamfunn og frivillig sektor. Oslo.

Sudmann, T. T. & Folkestad, H. (2015). Deltakelse som engasjement og utfordring -samfunnsarbeid med utviklingshemmede. *Tidsskrift for velferdsforskning*, 18 (1), 7-17.

Trepte, S., Dienlin, T. & Rienecke, L. (2014). Influence of Social Support Received in Online and Offline Contexts on Satisfaction With Social Support and Satisfaction With Life: A Longitudinal Study. I: *Media Psychology*, 2014, 18(1) s. 74 – 105.

Tufekci, Z. (2010). Who Acquires Friends Through Social Media and Why? “Rich Get Richer” Versus “Seek and Ye Shall Find”. *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*, 4(1). s. 170 – 177.

Turner, R. J., & Brown, R. L. (2010). Social support and mental health. I: T. Scheid & T. Brown (Eds.), *A handbook for the study of mental health: Social contexts, theories, and systems* (s. 200-212). New York, NY, US: Cambridge University Press.

UNICEF Norge. (2020). *U-report Norge*. Unicef Norge.

Utdanningsdirektoratet. (2020). *Utdanningsspeilet 2020*. Utdanningsdirektoratet.

Utdanningsdirektoratet. (2021). Muntlig eksamen for elever er avlyst. *Udir.no* Tilgjengelig fra: <https://www.udir.no/kvalitet-og-kompetanse/sikkerhet-og-beredskap/informasjon-om-koronaviruset/eksamen-2021/> [Lest: 05.08.2021.]

Verdens Helseorganisasjon (2020). Listings of WHO’s response to COVID-19. *Who.int*. Tilgjengelig fra: <https://www.who.int/news/item/29-06-2020-covidtimeline> [Lest: 10.03.2021.]

Vitak, J. Unpacking Social Media’s Role in Resource Provision: Variations across Relational and Communicative Properties. I: *Societies*, 2014, 4, s. 561–586.

Valkenburg, P. M., Schouten, A. P. & Peter, J. (2005). Adolescents’ identity experiments on the Internet. *New Media & Society*. Volume 7, Issue 3. s. 383-402.

Welle, D. (2021). The battle for Myanmar plays out on Twitter, Tiktok and Telegram. *Indianexpress*. Tilgjengelig fra: <https://indianexpress.com/article/world/the-battle-for-myanmar-plays-out-on-twitter-tiktok-and-telegram-7282821/> [Lest: 07.05.2021.]

Wig, K., A. & Hopland, S. (2021) Over 10.000 butikker må stenge – 56.500 personer kan bli rammet. *E24.no*. Tilgjengelig fra:

<https://e24.no/naeringsliv/i/dlq3AO/over-10000-butikker-maa-stenge-56500-personer-kan-bli-rammet> [Lest: 12.08.2021.]

Zúñiga, H. G. D., Jung, N. & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 17, Issue 3, 1 April 2012, s. 319–336.

Zywica, J. & Danowski, J. (2008). The faces of Facebookers: Investigating social enhancement and social compensation hypotheses; Predicting Facebook and offline popularity from sociability and self-esteem, and mapping the meanings of popularity with semantic networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume 14, Issue 1. s. 1 – 34.

Vedlegg 1: Godkjenning fra NSD

NSD sin vurdering

Prosjekttittel

Kan bruk av sosiale medier øke unges deltagelse i samfunnet?

Referansenummer

159674

Registrert

16.10.2020 av Line Marie Kristiansen - 588051@stud.hvl.no

Behandlingsansvarlig institusjon

Høgskulen på Vestlandet / Fakultet for helse- og sosialvitenskap / Institutt for velferd og deltaking

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

Gudmund Ågotnes, gudmund.agotnes@hvl.no, tlf: 4755585609

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Line Marie Kristiansen, 588051@stud.hvl.no, tlf: 48212291

Prosjektperiode

25.08.2020 - 30.06.2021

Status

12.07.2021 - Avsluttet

Vurdering (1)

16.11.2020 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som

er dokumentert i meldeskjemaet 16.11.2020 med vedlegg, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan starte.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde:

https://nsd.no/personvernombud/meld_prosjekt/meld_endringer.html Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 30.06.2021.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte over 15 år og fra de registrertes foresatte dersom de er under 15 år til behandlingen av personopplysninger. Barna vil også samtykke til deltakelse. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som foresatte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være foresattes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om: - lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen - formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål - dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet -

lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: åpenhet (art. 12), informasjon (art. 13), innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), underretning (art. 19), dataportabilitet (art. 20). NSD vurderer at informasjonen som de registrerte og de foresatte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13. Vi minner om at hvis en registrert/foresatt tar kontakt om sine/barnets rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32). For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Kontaktperson hos NSD: Kajsa Amundsen Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring til informanter

Vil du delta i forskningsprosjektet

Kan bruk av sosiale medier øke unges deltagelse i samfunnet?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å se på hvem unge følger i sosiale medier og hvordan det påvirker dem, og om det i det store bildet øker deres deltagelse i samfunnet. I dette skrivet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Formålet med dette prosjektet er å se på om bruk av sosiale medier påvirker unge, og i så fall hvordan det påvirker dem. I denne masteroppgaven har jeg valgt å fokusere på om bruk av sosiale medier kan øke deltagelsen i samfunnet. Deltagelse i samfunnet kan bli utført på mange ulike måter, i stor eller mindre grad. I dette prosjektet vil jeg kartlegge om og hvordan sosiale medier muligens kan informere og/eller inspirere flere til å være aktive i samfunnet rundt dem.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Høgskulen på Vestlandet ved institutt for velferd og deltaking er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Utvalget for denne undersøkelsen er trukket ut av en populasjon av unge i videregående skole alder, 16 – 19 år. Eneste kravet for å delta er at du er i denne aldersgruppen og at du bruker en eller flere sosiale medier som Tiktok, Instagram, Snapchat eller Facebook. Undersøkelsen vil være et enkelt fokusgruppeintervju med andre informanter i samme målgruppe.

Hva innebærer det for deg å delta?

Å delta i dette prosjektet innebærer et intervju på omtrent 90 minutter. Under intervjuet vil det bli benyttet lydopptak som vil bli slettet etter prosjektets slutt. All informasjon fra intervjuet vil anonymiseres slik at det ikke er mulighet for å spore tilbake til intervjuobjektene. Spørsmålene i intervjuet vil omhandle din bruk av sosiale medier og hvordan de du følger på sosiale medier påvirker deg.

Foresatte kan be om å se intervjuguiden før intervjuet om dette er av interesse.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet.

Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket.

- Prosjektansvarlig Line Marie Kristiansen og veileder Gudmund Ågotnes vil ha tilgang til informasjonen som kommer ut av intervjuene, men alt blir behandlet av førstnevnte. Sistnevnte har ikke tilgang til personopplysninger.
- All personlig informasjon som kan knytte deg til prosjektet vil bli fjernet fra all datamateriale som vil bli lagret for å skrive masteren, navnet ditt vil kun være på denne samtykkeerklæringen som vil bli lagret på et trygt kryptert sted, uten informasjon fra resten av prosjektet og informasjon fra intervjuet. All informasjon vil bli slettet etter prosjektets slutt. Når masteren publiseres vil det ikke være mulig å kjenne igjen deg som et av intervjuobjektene i forskningsprosjektet for utenforstående.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er *juni 2021*. Som sagt vil personopplysninger og lydopptak bli slettet ved prosjektslutt.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Høgskulen på Vestlandet ved institutt for velferd og deltaking har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Høgskulen på Vestlandet ved institutt for velferd og deltaking, ved masterstudent Line Marie Kristiansen på mail: 588051@stud.hvl.no eller via telefon: 48212291. Veileder Gudmund Ågotnes kan kontaktes via mail: gudmund.agotnes@hvl.no
- Vårt personvernombud: Trine Anikken Larsen på telefon: [+47 55 58 76 82](tel:+4755587682), mobil: [+47 913 65 920](tel:+4791365920) eller via mail: Trine.Anikken.Larsen@hvl.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

Line Marie Kristiansen
(Forsker)

Gudmund Ågotnes
(Veileder)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Kan bruk av sosiale medier øke unges deltagelse i samfunnet?» og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i et fokusgruppeintervju.

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg 3: Intervjuguide (til første fokusgruppeintervju)

Intervjuguide

Ønske velkommen + en liten introduksjonsrunde

- Navn, alder, hvilke sosiale medier de bruker mest og hvor mye tid de bruker på sosiale medier ca.

Sosiale medier

- Hva bruker dere sosiale medier til?
- Hvilke kategorier benytter dere dere i hovedsak av? Flere?
- Føler dere at de dere blir påvirket av hva dere følger?
- Snakke kort om de fire ulike kategoriene av massemedia. 1. Informasjon. 2.Underholdning. 3. Fellesskap og sosial kontakt. 4. Personlig identitet.

Deltagelse i samfunnet.

- Hva vil det si for dere å delta i samfunnet?
- Kan sosiale medier og å delta i samfunnet ha noe med hverandre å gjøre?
- Vil dere si at dere noen gang har deltatt i samfunnet? Hvordan? Hvorfor? Hvordan fant du ut av at du skulle delta?
- Hva kan sosiale medier føre til i forhold til deltagelse/tilhørighet/ identitetsskaping. Har dere opplevd noe av dette?

Takke for deltagelse i prosjektet

Postdiskusjonsspørsmål

- Er det noe du følte du ikke fikk sagt i fokusgruppen, eventuelt noe du kom på i etterkant, som du ønsker å formidle nå?
- Hvordan synes du fokusgruppen var? Fikk du sagt hva du mente og følte du deg hørt?
- Annet du ønsker å informere om?

Vedlegg 4: Intervjuguide (til andre og tredje fokusgruppeintervju)

Ønske velkommen + en liten introduksjonsrunde

- Navn, alder, hvilke sosiale medier de bruker mest og hvor mye tid de bruker på sosiale medier ca.

Sosiale medier

- Hva bruker dere sosiale medier til?
- Føler dere at de dere blir påvirket av hva dere følger?
- Snakke kort om de fire ulike kategoriene av massemedia(?). 1. Informasjon. 2.Underholdning. 3. Fellesskap og sosial kontakt. 4. Personlig identitet.

Korona og sosiale medier.

- Hvordan har korona påvirket dere det siste året?
- Hvilke sosiale medievaner har dere nå, som dere ikke nødvendigvis hadde for et år siden?
- Hva bruker du sosiale medier til?
- Fyller sosiale medier et behov som har oppstått under korona?
- Har dere merket forskjell på hvordan dere brukte sosiale medier før og etter korona?

Takke for deltagelse i prosjektet

Postdiskusjonsspørsmål

- Er det noe du følte du ikke fikk sagt i fokusgruppen, eventuelt noe du kom på i etterkant, som du ønsker å formidle nå?
- Hvordan synes du fokusgruppen var? Fikk du sagt hva du mente og følte du deg hørt?
- Annet du ønsker å informere om?