



Høgskulen
på Vestlandet

BACHELOROPPGAVE

Sosiale relasjoner på sosiale medier

Social relations on social media

Thea Reksten Aune, kandidatnummer 407

Sosiologi – Ungdomssosiologi SO590

Høgskulen på Vestlandet / Fakultet for økonomi og
samfunnsvitenskap (FØS) / Sosiologi - ungdomssosiologi

23.05.2022

Forord

Nå har denne utdanningen kommet til veis ende, om denne kommer til nytte kan godt hende. Uansett har det vært tre utrolig lærerike år, å gud jeg håper jeg på denne bacheloren står. Jeg vil gjerne takke mine kjære og nære for all støtte, de har vært gode å ha på veien mot alle utfordringer jeg møtte. Min akademiske ryggsekk begynner å bli full og har nå tettet mange kunnskapshull. Det vil nok komme til nytte på ferden jeg videre har i denne verden.

Sammendrag

Denne oppgaven er en litteraturstudie om hvordan ungdommers sosiale relasjoner kan påvirkes av sosiale medier som Instagram og Facebook. Jeg har tatt i bruk George Herbert Mead og Erving Goffmans teorier om symbolsk interaksjonisme og vårt rolle spill til daglig som teoretiske utgangspunkt. Jeg har brukt litteratur og artikler som omhandler sosiale medier, ungdommer, sosiale relasjoner og digitalisering for å besvare den valgte problemstillingen.

De utvalgte artiklene jeg brukte for å finne svar på problemstillingen viser at relasjonsbegrepet ikke har endret form parallelt med den digitale utviklingen. Sosiale medier gjør det mulig for unge å få nye, vedlikeholde og holde kontakt med relasjoner. Sosiale medier åpner også opp for å ha mange flere relasjoner nå enn det som var vanlig da sosiale medier ikke fantes. Hvordan kommunikasjonsform de unge bruker for å etablere nye eller vedlikeholde vennskap spilte ikke en stor rolle. Unge kan dog oppleve utfordringer knyttet til identitet og ensomhet som en konsekvens av sosiale mediers uoppnåelige ideal om å være perfekt.

Abstract

This thesis is a literature study on how young people's social relations can be affected by social media such as Instagram and Facebook. I have used George Herbert Mead and Erving Goffman's theories of symbolic interactionism and Goffman's dramaturgical theory as a theoretical starting point. I have used literature and articles that address social media, youth, social relations and digitization to answer the chosen issue.

The selected articles I used to find answers to the problem show that the concept of relationship has not changed form in parallel with the digital development. Social media makes it possible for young people to get new, maintain and keep in touch with new and old friends. Social media also opens up for having more relations now than there was usual when social media didn't exist. The form of communication the young people use to establish new or maintain friendships did not take a big role and did not affect the value of the relation. However, young people may experience challenges related to identity and loneliness as a consequence of social media's unattainable ideal of being perfect.

Innholdsfortegnelse

Forord.....	1
Sammendrag	2
Abstract.....	3
1. Innledning	1
1.1. Tema	1
1.2. Problemstilling.....	2
1.3. Avgrensning.....	2
2. Teori og metode	2
2.1. Sosiale medier	2
2.2. Sosiale relasjoner	3
2.3. Valg av metode	5
2.4. Valg av artikler	6
3. Empiri	6
3.1. Statistikk fra Medietilsynet 2020.....	7
3.2. Rollespill på Instagram	8
3.3. Digitaliseringens utvikling.....	9
4. Analyse	11
4.1. Utfordringer med sosiale medier	11
4.2. Relasjoner gjennom sosiale medier	13
4.3. Fordeler med sosiale medier	15
5. Konklusjon.....	16
Litteraturliste.....	18

1. Innledning

1.1. Tema

Barn som vokser opp i dag blir eksponert for teknologiske apparater, for eksempel pc og mobiltelefon, allerede fra tidlig alder av og derav blir de også fort eksponert for sosiale medier. Personer som er født etter år 2000, eller Gen Z som generasjonen også blir kalt, har aldri opplevd et liv uten sosiale medier. Jeg er selv født i 1997 og ble ikke presentert for sosiale medier før jeg var rundt 11 år. Da jeg begynte med sosiale medier hadde jeg allerede etablert mine relasjoner, og dette gjennom skolegang, fritidsaktiviteter, familie etc. Det var personer som inngikk i disse relasjonene jeg først hadde kontakt med på sosiale medier, altså personer i relasjoner jeg hadde etablert fysisk og ikke digitalt. Det er derfor interessant å se om relasjoner i dag er noe annerledes.

Dagens smarttelefoner gjør at vi kan gå på jobb, skole, være i møter eller utføre andre ærender og samtidig være tilgjengelig på mange forskjellige sosiale plattformer hele døgnet. En studie fra SSB forteller at hele fire av fem nordmenn bruker en eller annen form for sosialt medium hver dag (Røgeberg, 2018). Bruken av sosiale medier har eksplodert de siste 10 årene. I tillegg har verden vært rammet av en global pandemi de siste to årene noe som har gjort at det aller meste av sosial interaksjon, både uformell og formell, har måttet foregå digitalt. Hvorvidt sosiale medier er bra eller dårlig for oss er et omdiskutert tema og argumentene handler både om tiden man bruker på det og innhold som blir delt. I dag sitter ungdommer i mye større grad hjemme enn det tidligere generasjoner gjorde. Det kan det være forskjellige årsaker til, men parallelt med denne forandringen har også bruken av sosiale medier økt betraktelig. Sosiale medier dekker i dag store deler av behovene vi har for informasjon, underholdning og tidsfordriv, fellesskap og sosial interaksjon (Aalen og Iversen, 2021. s. 43). Det vil si at alle disse behovene helt eller delvis kan dekkes ved å sitte hjemme i stua foran mobiltelefonen, fremfor å måtte være fysisk tilstede. Det er ikke uvanlig at mange har flere hundre og kanskje tusen venner og/eller følgere på både Instagram og Facebook, men hva slags relasjon er det rimelig å karakterisere en sånn kontakt som? Kan man bygge digitale vennsksapsrelasjoner på samme måte som fysiske? Er antall følgere eller venner man har på sosiale medier en form for sosial kapital? Mer presist tar denne oppgaven for seg bruken av sosiale medier og sosiale relasjoner blant ungdommer.

1.2. Problemstilling

Hvilke utfordringer kan ungdommer møte på sosiale medier når det gjelder sosiale relasjoner og identitetskonstruksjon?

1.3. Avgrensning

For å besvare problemstillingen har jeg valgt å avgrense meg til å skrive om barn og ungdommer mellom 9-20 år. I tillegg skal jeg i hovedsak avgrense meg til den sosiale plattformen Instagram. Dette er en av de mest brukte digitale sosiale plattformene i dag. I tillegg vil jeg avgrense ungdommene til helt vanlige ungdommer som daglig bruker sosiale medier til hverdagslig bruk. Med det menes at oppgaven skal fokusere på ungdommer som bruker sosiale medier til fritid- og tidsfordrivbruk, og ikke kjendiser eller ”influencere” som har sosiale medier som jobb.

2. Teori og metode

2.1. Sosiale medier

Sosiale medier er et relativt nytt fenomen og bruken har økt betraktelig de siste ti årene. Derav finnes det ikke en klar eller offisiell definisjon på det. I boken Digital dømmekraft (2021) bruker Engen, Givæver og Mifsud definisjonen «Sosiale medier er tjenester som, ved hjelp av webbasert teknologi, legger til rette for interaksjon og deling mellom brukere» (Engen, Giæver og Mifsud, 2021. s. 124). Denne definisjonen kan virke litt bred og utydelig da den ikke spesifiserer hva ”webbasert teknologi” er, men i følge Aalen og Iversen (2021) kan sosiale medier kategoriseres ved to kjennetegn:

1. Det finnes ikke et klart skille mellom avsender og publikum i sosiale medier. De samme menneskene kan gå inn i rollen som både produsent og konsument av innhold
2. Sosiale medier legger til rette for mange-til-mange-kommunikasjon (i motsetning til én-til-én eller én-til-mange). (Aalen og Iversen, 2021. s. 23)

Larsen (2009) definerer det som internettbaserte møtesteder hvor brukerne via personaliserte profiler kan koble seg sammen og legge hverandre til som venner eller i kontakter og dermed

kommunisere og sosialisere seg med hverandre på tvers av tidsmessige begrensninger (Larsen, 2009, s. 46). Hvilke roller eller hvor stor del de sosiale plattformene har i menneskers hverdagsliv varierer. Bruksområdene kan være alt fra tidsfordriv til jobb. Det er dog ingen tvil om at sosiale medier har fått en stor rolle i ungdommers hverdagsliv. Siden Facebook og andre sosiale medier har fått en så omfattende plass i mange menneskers liv, og i nesten alle verdens land, må det være fordi de imøtekommer noen helt generelle menneskelige behov som har å gjøre med uformell interaksjon, relasjoner og nettverkstilknytninger (Schiefloe, 2018, s. 77). Schiefloe omtaler Facebook og andre sosiale medier for digitale arenaer, fremfor ”sosiale nettverk”, slik som det ofte er på folkemunne. Mønsteret av relasjoner som sentreres omkring slike arenaer, kan vi omtale som ”virtuelle nettverk” (Schiefloe, 2018, s. 77). Rønning og Starrin (2009) forklarer ”virtuelle nettverk” som en form for sosial kapital. Dette nettverket tar i utgangspunkt i bruken internett som ikke krever samtidighet for å kommunisere. Det er særlig to forhold som skiller digitale arenaer fra andre former for arenaer. Det første er at arenaene ikke er materielle, og at aktører ikke møter hverandre ansikt til ansikt. De er virtuelt til stede, de fremstår for hverandre som bilder og symboler. Det andre skillet har å gjøre med synkronisering. På sosiale medier er interaksjonen asyknron i motsetning til materielle arenaer, der deltagerne fysisk må være til stede for å engasjere seg i interaksjonen. Det er ofte et tidsmessig skille når budskapet blir sendt og når de konsumeres av mottaker (Schiefloe, 2018, s. 77).

Facebook og Instagram er begge et sosialt medium der man kan opprette en profil og publisere innhold. På Instagram kan man kun publisere bilder og videoer, men på Facebook kan man også skrive statusoppdateringer, samt lage en litt mer utfyllende profil av seg selv. Begge plattformene kan brukes til å kommunisere med hverandre, men Facebook er den som brukes mest til direkte kommunikasjon mellom individer. Instagram brukes hovedsaklig til å dele innhold i form av bilder og videoer. Kommunikasjonen kan dermed bli asymmetrisk på denne plattformen og interaksjonen består som regel av respons i form av ”likes” eller kommentarer.

2.2.Sosiale relasjoner

Sosial relasjon blir definert som en felles betegnelse på forhold mellom aktører, sosiale posisjoner eller institusjoner og eksisterer mellom flere nivåer i samfunnet (Korsnes, Andersen og Brante, 1997, s. 239). Når to aktører er knyttet til hverandre på grunnlag av

gjensidige forventninger og gjennom interaksjon, har vi å gjøre med en sosial relasjon (Schiefløe, 2018, s. 53). De fleste relasjonene vi inngår er uformelle, som vil si at vi selv har valgt å engasjere oss i dem, for eksempel et vennskapsforhold. (Schiefløe, 2018). For at man skal kunne snakke om en meningsfull relasjon, må den være varig og gjensidig. Når individer går inn i en relasjon sammen, skjer dette i faser. De forskjellige fasene er innledningsfase, etableringsfasen, interaksjons- og vedlikeholdsfasen. Videre, om individene ikke lenger finner relasjonen interessant kan en relasjon også havne i nedbyggingsfasen (Schiefløe, 2018, s. 55). Gode relasjoner er alltid viktig å ha og da spesielt i ungdomsalderen synes forholdet til jevnarldringsgruppen å få en særlig betydning. De unge befinner seg i en uklar oppfatning av sin gruppetilhørighet, der de står mellom forskjellige sett av normer og ofte har problemer med å tolke sin status og sin rolle, da er det naturlig at de unge søker sammen. Her kan man få tilfredsstilt sitt behov for tilhørighet og anerkjennelse (Evenshaug og Hallen, 2000, s. 297). Personlige vennskap tilfredsstiller dype følelsesmessige og sosiale behov hos den unge, og det representerer en betydningsfull faktor i personlighetsutviklingen (Evenshaug og Hallen, 2000, s. 302) og de nære vennskapene spiller en særlig viktig rolle i den unges identitetsutvikling. Ved å dele erfaringer, tanker, bekymringer, håp og drømmer med vennene sine lærer den unge å forstå seg selv (Evenshaug og Hallen, 2000, s. 302).

Når man snakker om relasjoner kan de både bestå av nære og fjerne. Styrken i en relasjon avhenger av betydningen begge parter legger i den. Granovetter har introdusert begrepene sterke og svake bånd som en samlebetegnelse for styrken i en relasjon slik: ”... styrken i et bånd er en (sannsynligvis lineær) kombinasjon av mengden av tid, emosjonell intensitet, intimitet (mht. Gjensidige betroelser) og den gjensidige utvekslingen av tjenester som karakteriserer båndet” (Granovetter 1973: 1362, referert i Schiefløe, 2018, s. 14). Denne definisjonen leder til tre viktige forhold. Den første er at personlige relasjoner er sammensatte fenomener, som omfatter både opplevelser og interaksjon. Det andre er at relasjonsstyrke er en kontinuerlig dimensjon, der styrken avhenger av hva partene yter overfor hverandre og hvor verdifulle de oppfatter disse ytelsene og det siste handler om at relasjoner ikke er statiske fenomener, der styrken er gitt en gang for alle (Schiefløe, 2018, s. 15). De fleste mennesker har et fåtall nære relasjoner, i det vi kan omtale som nettverkets intimsone eller *primærsonen*. I dette nettverket befinner de aller nærmeste seg; kjæreste, foreldre, søsken eller nære venner. Her er det ofte hyppig og gjensidig kontakt. Den *sekundære* sonen består relasjonene som regel av venner, kollegaer, naboer eller bekjente. Her inngår alle relasjoner som oppleves å ha en verdi av en slik art at de er verdt å vedlikeholde. Det ytterste

relasjonsfenomenet kan kalles *tertiærsonen* og omfatter våre indirekte relasjoner. Det kan være personer vi kan komme i kontakt med gjennom noen vi kjenner. (Shiefloe, 2018, s. 15).

2.3. Valg av metode

Denne oppgaven bygger på en litteraturstudie. Temaet jeg har valgt finnes det allerede mye forskning på, både ny og gammel. Derfor bør litteraturstudier egne seg godt til behandling av temaet. Sosiale medier er et relativt nytt fenomen, men bruken har økt betraktelig de siste 10 årene. Likevel viser jeg også til forskning som ble gjort for mer 10 år for å se om det er forskjell mellom situasjonen før og nå. I en bacheloroppgave har man liten tid til å utføre egne intervju og analysere funn, derav egner dokumentanalyse seg godt. Litteraturstudie er en kvalitativ forskningsmetode der man analyserer kvalitative dokument (Krumsvik, 2014, s. 145). Når det kommer til sosiale relasjoner har flere teoretikere utviklet teorier på dette feltet. Tilnærmingene i tekstene jeg anvender i oppgaven er i tråd med tenkningen innenfor symbolsk interaksjonisme, slik posisjonen kommer til uttrykk i teoriene til forfattere som George Herbert Mead og Erving Goffman. Mead er en av grunnleggerne av symbolsk interaksjonisme. I følge Mead ble mennesker født uten personlighet. Personligheten utvikler de gjennom sosialiseringprosessen. Det er gjennom samhandling med andre at selvet utvikles (Korsnes, Andersen og Brante, 1997, s. 197). Selvet sies å være refleksivt. Det vil si at individet oppfatter seg selv, har begrep om seg selv (et ”meg”), kommuniserer med seg selv og handler med seg selv. Meg-et rommer de sosiale normene som kontrollerer subjektets adferd og sørger for at det er i tråd med samfunnets forventninger (Tjora, 2018, s. 51). Når det kommer til Goffmans teorier gjør jeg bruk av en av hans mest kjente teorier. Teorien handler om vårt daglige rollespill der han bruker teateret som metafor. Han analyserer upåaktede og tilsynelatende meningsløse detaljer i menneskers samspill med hverandre når det gjelder opprettholdelsen av deres sosiale selv (Korsnes, Andersen og Brante, 1997, s. 105).

I søket etter litteratur som egner seg for problemstillingen om hvilke utfordringer som kan oppstå ved bruk av sosiale medier når det kommer til sosiale relasjoner har jeg benyttet meg av flere søkemotorer hvor man finner fagfellevurderte artikler. Som bachelorstudent er viktig å gjøre gode litteratursøk for å få oversikt, identifisere kunnskapshull og posisjonere inn mot nettopp det en mangler kunnskap om (Krumsvik, 2014, s. 84). De jeg benyttet meg av var Idunn.no, Google Scholar, Oria.no, samt biblioteket på Høgskulen på Vestlandet ved campus Sogndal. For å finne data når det kom til mediebruk har jeg benyttet meg av Medietilsynet

sin rapport fra 2020. Gjennom prosessen for å finne relevant stoff brukte jeg blant annet begrepene *sosiale relasjoner, relasjoner, sosiale medier, digitale medier, digitalisering og ungdom*. Jeg fant både relevante og ikke relevante artikler. For å grave enda dypere sjekket jeg opp relevante artiklers litteraturliste for å finne mer informasjon. Jeg oppdaget fort at flere artikler bygget på mye av de samme kildene.

2.4. Valg av artikler

Det har vært viktig å velge artikler som gjør det mulig svare på oppgavens problemstilling. Litteraturen jeg anvender meg av for dette temaet handler i hovedsak om ungdom, relasjoner, sosiale medier og kommunikasjon. I artikkelen *Livet på Instagram (2017)* tar forfatterne Hilmarsen og Arnseth (2017) for seg hvordan ungdommene praktiserer ”literacy” både ubevisst og bevisst når de navigerer på den digitale plattformen Instagram. I en annen artikkel skriver Larsen (2009) om samme tema, men da med henvisning til Facebook og Arto. I artikkelen diskuterer hun hvordan sosiale medier inngår som en integrert del av de unges vennskap og sosiale liv. Ingen av disse artiklene tar opp spesifikt negative eller positive konsekvenser av mediebruk, men fokuserer på hvordan unge navigerer og kommuniserer med hverandre på digitale arenaer. En tekst som tar opp unges egne erfaringer med den digitale utviklingen er derimot Birgit Kaares forskningsrapport (2004) om ungdommer som deltar på Norges største dataparty *The Gathering*. Her forteller ungdommene om hva internett betyr for dem. Jeg har brukt deler av rapporten for å få frem deres betydning av sosialisering på internett. For å fra frem hvilke utfordringer og konsekvenser digitalisering av samfunnet og sosiale medier og kan føre til har jeg brukt artikkelen (2018) av Pettersen og undersøkelsen (2021) gjort av Fjelnseth og Sjølie.

3. Empiri

Å ha gode relasjoner rundt seg er viktig, og spesielt i ungdomstiden. Store deler av ungdomstiden handler om å utforske og utvikle seg selv, dermed er relasjonene ungdommene får gjennom sosiale medier også viktig. Den offentlige debatten om sosiale medier blir ofte knyttet opp mot hvor usosiale de unge er, og hvor mye tid som brukes på mobilen eller PC-en framfor å fysisk være med hverandre. Man glemmer fort hvor sosialt internettet kan være, og

at det også er et redskap for kommunikasjon mellom mennesker. Det er lav terskel for å legge hverandre til som venn eller begynne å følge noen på Instagram og som jeg har nevnte tidligere er det vanlig å ha flere hundre venner eller følgere på sosiale medier i dag. Man skjønner fort at ikke alle disse er nære venner eller relasjoner. Nære relasjoner består av relativt få mennesker som har gjensidig kontakt med hverandre. Et nettverk oppstår når flere relasjoner på en eller annen måte er koblet sammen og knytter mennesker til hverandre (Schiefløe, 2018, s. 13). Selv om de man stort sett samhandler med på sosiale medier er personer som man har nære relasjoner til, interagerer vi også med andre som befinner seg i både *sekundær-* eller *tertiærsonen*. På Instagram følger man gjerne også mennesker man ikke kjenner spesielt godt, enten det er folk fra studie man går, noen i klassen over deg eller andre man vet hvem er gjennom andre relasjoner. På Instagram både mottar og gir man respons på bilder i form av "likes" eller kommentarer. Ved å gi en "like" eller legge igjen en kommentar på et bilde noen har publisert på Instagram, interagerer man med hverandre. Bekreftelsesbehovet for ungdommer på sosiale medier er stort, det samme er lysten til å dele opplevelser, erfaringer og kunnskap med andre. Sosiale medier gir denne delelysten et bedre utløp (Staude og Marthinsen, 2013, s. 34).

3.1. Statistikk fra Medietilsynet 2020

Undersøkelsen Barn og medier 2020 er gjennomført av Sentino Research Norge på oppdrag fra Medietilsynet og undersøkelsen bygger på tilsvarende undersøkelser gjennomført av Medietilsynet i årene 2003, 2006, 2008, 2010, 2012, 2014, 2016 og 2018 (Barn og media, 2020, s.10). Det var 3395 barn og unge i alderen 9-18 år som deltok i Barn og medier 2020. (Barn og media, 2020, s.10).

I hovedfunnene i undersøkelsen finner vi at 97% av 9-18 åringene hadde egen mobiltelefon, 70% hadde egen PC og mellom 46 og 57% hadde eget nettbrett (Barn og media, 2020, s.5). Av alle 9-18 åringene hadde 90% ett eller flere sosiale medier. De vanligste sosiale mediene som ble brukt av disse ungdommene er Snapchat (80%), TikTok og Instagram (65%) og Facebook (51%). Av ungdommene hadde 95-99 prosent en egen bruker på disse sosiale mediene. Andelen brukere av ulike sosiale medier øker betydelig med alderen (Barn og medier, 2020, s.5). I rapporten skriver medietilsynet at 86% av 13-18 åringene sier at de har mye kontakt med vennene sine i sosiale medier og halvparten sier at de møter folk med like interesser som dem selv i sosiale medier. Dette er med på å bidra til å utvide unges nettverk,

uten at det er fysisk betinget.

3.2. Rollespill på Instagram

Det går igjen hos de aller fleste ungdommene i artikkelen (2017) at de legger vekt på hobby og interesser når det kom til hva de publiserte på Instagram. Noen ville ikke fremstå ”for perfekt”, andre ville fremstå gøyale og spontane. De fremstilte seg selv som omgjengelige, aktive, sosiale og glade, og la vekt på aktiviteter som skildret vellykkethet, eventyrlyst og humor (Hilmarsen og Arnseth, 2017, s. 10). Noen er åpenbart langt mer bevisst og opptatt av det visuelle enn andre, samtidig som det også varierer fra person til person hvordan de ønsker å fremstå og hvilke sider de ønsker å vise frem (Staude og Marthinsen, 2013, s. 121). Å ville fremstille seg selv fra sin beste side er ikke noe nytt fenomen. Goffmans teorier bunner nettopp i dette. Han brukte teatermetaforer til å forklare menneskers adferd i sosiale sammenhenger. Deriblant ”frontstage/backstage”, *opptreden* og *fasade*. Forskingen til Fjelnseth og Sjølie (2021) viser til elever på videregående som forteller at de føler et behov for å være en annen person enn sitt egentlig selv på sosiale medier for å oppleve aksept og tilhørighet (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 168). Elevene som ble intervjuet i artikkelen til Hilmarsen og Arnseth (2017) fortalte at de ønsket å fremstille seg slik, i motsetning til å føle et behov for det. Det er lurt å ha i bakhodet at artiklene legger fokus på to vidt forskjellige temaer. Om Hilmarsen og Arnseth hadde vinklet spørsmålene annerledes ville det også trolig komt frem andre svar. Det er også et visst alderssprik mellom ungdommene i de to artiklene. En informant på 14 år i artikkelen til Hilmarsen og Arnseth (2017) presiserer at hun ikke vil fremstå som at hun prøver å være perfekt (Hilmarsen og Arnseth, 2017, s. 11), mens en informant på 19 år i artikkelen Fjelnseth og Sjølie (2021) presiserer at hun føler det er om å gjøre å være mest perfekt på Instagram (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 168). Ungdommene skiller også mellom privat og offentlig identitet og stiller krav til den offentlige identiteten. Det handler om uoppnåelige idealer som har oppstått som respons og ”perfeksjonisme” i sosiale medier (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 168). Responsen man får på bilder man publiserer har stor betydning for ungdommenes identitetskonstruksjon. Responser utgjør en type aksept og sosial validering av identitet og de kan forsterke sosial tilhørighet (Hilmarsen og Arnseth, 2017, s. 12). Antall likes blir målbart og synlig gjennom tallfesting og blir dermed en kvantitativ indikator for popularitet (Hilmarsen og Arnseth, 2017, s. 12). En informant uttrykte at det å motta mange likes oppfattes som synonymt med det å være

perfekt, mens få likes viser det motsatte. Antall likes spiller derfor en vesentlig rolle i ungdommenes fremstillinger og kommunikasjonspraksiser (Hilmarsen og Arnseth, 2017, s. 12). Dette kommer også fram i rapporten (2021) til Fjelnseth og Sjølie. For å oppnå det sosialt konstruerte idealet på Instagram må man ”Ha mest likes. Ha mest følgere” (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 168). Idealtenkningen skaper økt press og en forståelse av at man kun kan publisere det som er sosialt akseptert, og ikke nødvendigvis slik en selv ser sannheten (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 168). En informant forteller også at en bruker så mye tid på å fremstille oss selv som så flotte og fine på sosiale medier til at vi til slutt blir ensomme av det (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 169). Det fremkommer i intervjuene at ensomhet på sosiale medier omhandler den enkeltes krav til egen sosial identitet som et resultat av en idealtenkning satt av sosiale retningslinjer for publisering og respons. Responsen ser ut til å være avgjørende for om den enkelte føler seg akseptert, men ikke akkurat en garanti mot ensomhet. Derimot anses sammenligning som avgjørende mot ensomhet (Fjelnseth og Sjølie, 2021, s. 173).

3.3. Digitaliseringens utvikling

Tidligere generasjoner holdt seg ikke hjemme like mye som dagens ungdommer gjør. I dag er både unge og voksne i større grad mer hjemme enn før, og interagerer i mye mindre grad med mennesker ansikt til ansikt. Lene Pettersen sin artikkel Digitalisering – Modernitetens flyttebyrå (2018) diskuterer hvordan digitalisering, slik det er presentert i artikkelen, kan føre til nedtrapping i sosial kapital og integrasjon, i tillegg til å ha implikasjoner for utvikling av våre identiteter (Pettersen, 2018). Internettet har gjort at vi kan utføre flere ærender fra sofakroken, fremfor å måtte utføre de fysisk. Eksempel på dette er online shopping, betale regninger via nettbanken eller bestille mat hjem til døren som dermed fører til at mennesker har mye mindre interaksjon og samspill med hverandre i samme kontekst. Nedtrappingen er knyttet til utviklingen av det moderne samfunnet som åpner for adskillelse av tid og sted, og dermed løsrivelse fra tradisjonelle sosiale relasjoner (Pettersen, 2018, s. 12). Avslutningsvis stiller Pettersen spørsmål ved sosiale medier som en løsning på nedtrappingen av ansikt-til-ansikt kontakten. Mennesker står med hodet bøyd over en telefon store deler av dagen. Det er fort gjort å tenke at vi bare blir mer og mer usosiale og at skjermene er i ferd med å ta styringen over oss, men man glemmer fort at folk ikke snakker direkte til mobiltelefonen som objekt, men med andre folk, gjennom mobiltelefonen. Det er et redskap vi bruker for å

kommunisere med andre mennesker på (Staude og Marthinsen, 2012, s. 10). Sosiale medier ses på som en forlengelse av hverdagens fritidsaktiviteter. Ungdommer møter hverandre på skolen og i klassen hver dag, samt noen fritidsaktiviteter ved siden av skolen, men via chattefunksjoner på sosiale medier kan ungdommene fortsette å samhandle med hverandre hele dagen, selv om de er hjemme eller ikke er fysisk på samme sted, uten å føle at de har gått glipp av noe. Som Aalen og Iversen (2021) og Shiefloe (2018) nevner må årsaken til hvorfor sosiale medier er så utbredt være fordi de imøtekommer de behovene vi har for informasjon, underholdning og tidsfordriv, fellesskap og sosial interaksjon.

Den digitale utviklingen kommer med flere sider. Selv om den ene siden handler om at mennesker i mindre grad samhandler med hverandre i fysisk form, har den også åpnet opp for mer virtuell kontakt. I dag er bruk av teknologi slik som PC og mobiltelefoner, en viktig del av identitetskonstruksjonen og etableringen av sosiale relasjoner i mange ungdomsmiljøer. Egenskaper ved selve teknologien blir viktige, men også en symbolverdi de enkelte teknologiske gjenstander blir tillagt av ungdomsgruppen. Denne identitetskonstruksjonen og etableringen av sosiale relasjoner er basert på en digital teknologi som tidligere generasjoner ikke engang kunne forestille seg (Kaare, 2004, s. 13). I rapporten (Kaare, 2004) kommer det frem at det internettet betydde mest for ungdommene var kommunikasjonsmulighetene og informasjonstilgangen. Ungdommene svarer at tilgang til internett gjør det mulig å kommunisere, få venner, diskutere og utveksle informasjon med mennesker over hele verden. Mange forteller at de har fått venner som de traff første gang på nettet (Kaare, 2004, s.70). Mange av ungdommene var opptatt av det globale perspektivet, men poengterer også at tilgang til nettet opprettholder kommunikasjon lokalt, med ungdom som har flyttet fra lokalsamfunnet og med venner som bor litt langt unna (Kaare, 2004, s. 70). Til tross for at de fleste er opptatt av kommunikasjonsmulighetene internettet gir dem, presiserer flere av ungdommene at de menneskene man kun kjenner over nettet har man ikke samme type kontakt med som venner "IRL" (In Real Life) (Kaare, 2004, s. 71), mens noen forteller at de egentlig ikke er så opptatt av om de møter sine venner IRL eller på nettet. Vennskap er vennskap, og hvilken kommunikasjonsform man pleier å bruke, er som regel ikke så avgjørende for hvordan relasjonene oppleves (Kaare, 2004, s. 71). Flere av ungdommene hadde venner på nettet de ikke kom til å møte i virkeligheten, men de aller fleste er veldig positive til å treffe andre ansikt til ansikt i forhold til å bare møtes på nettet. Noen presiserte at det var viktig å møtes fysisk da det vanligvis er mer sosialt å se dem man snakker med. "Når nicktet (kallenavnet, alias'et) får et ansikt, får man et annet forhold til den personen man

kjenner fra nettet” (Kaare, 2004, s. 72). Blant ungdommene i denne rapporten etableres ofte ekte vennskap over nettet og flere forteller at de har fått de fleste av sine venner over nettet, venner som de etter hvert møter både på nettet og ansikt til ansikt og de aller, aller fleste forteller at de foretrekker kontakt ansikt til ansikt fremfor bare via internett. Kommunikasjonen er bedre i virkeligheten, mer personlig, mer sosial. De forteller også at det er ganske vanlig at man prater sammen på en annen måte over nettet enn når man er ansikt til ansikt, men det er tvert imot ikke bare negativt. Ofte prater man lettere med andre over nettet enn man ellers ville gjort (Kaare, 2004, s. 74). Kommunikasjonen over nettet er ekstremt annerledes enn tale ansikt-til-ansikt. Svarene i undersøkelsen avslører at ungdommene snakker om forskjellige ting på nettet og når de møtes i virkeligheten (Kaare, 2004, s. 76). Selv om de fleste vil foretrekke å være ansikt til ansikt med sine venner er ikke barn og unge så opptatt av om deres kommunikasjon foregår på nettet eller i virkeligheten. Bruken av sosiale medier er for de fleste er relatert til ”offline-livet” og interaksjon med de nærmeste vennene. På denne måten smelter on- og offline praksis sammen, og begge kan være like verdifulle. (Larsen, 2009, s. 46). I artikkelen (2009) presiserer Larsen at de fleste informantene de samhandler mest med er relasjoner de også samhandler mest med ansikt til ansikt (Larsen, 2009, s. 53), men de ungdommene forteller også at de bruker sosiale medier (i denne artikkelen: Arto og Facebook) til å holde vennskapet ved like. De kommuniserer ofte med kun små ord eller korte setninger der innholdet nødvendigvis ikke er så viktig, men at det er kommunikasjonen mellom dem som er viktig (Larsen, 2009, s. 53).

4. Analyse

4.1. utfordringer med sosiale medier

Som jeg nevnte tidligere føler samtlige ungdommer behov for å være en annen på sosiale medier. Ikke en annen person, men en bedre versjon av seg selv. Det er et skille mellom privat identitet og sosial identitet. Det økte presset om å være perfekt som har oppstått i sosiale medier har skapt et uoppnåelig ideal og en forståelse av at man kun kan publisere det som er sosial akseptert. Meads teorier forklarer hvordan selvet er sosialt konstruert og skiller mellom et ”jeg” og et ”meg”. Der jeg-et er det subjektive, handlende og spontane delen ved deg selv, mens meg-et er den sosialt konstruerte objektive delen ved deg selv som er påvirket av andres syn, oppfatninger og forventninger til deg. Jeg-et og meg-et påvirker hverandre og

utgjør personligheten. Videre utviklet Mead begrepet ”de generaliserte andre”. De generaliserte andre er ikke en direkte del av selvet, men det er alle rundt oss som har innflytelse på oss som også er med på å påvirke vår identitet. Når ungdommene skiller mellom privat og offentlig identitet i artikkelen (2021) til Fjølseth og Sjølie, mener de at man har en identitet i virkeligheten, slik jeg tolker det er ”virkeligheten” den fysiske verden, mens offentlige identiteten er slik de fremstår på Instagram. Den offentlige og sosiale identiteten er påvirket av sammenligning og uoppnåelige idealer som er formet av sosiale medier. Responsen man får og responsen man ser at andre får på Instagram påvirker hvordan man føler man burde være. Det virker som at det innforstått at de fleste til en hver tid prøver å fremstille seg som en bedre versjon av seg selv på Instagram men at man fortsatt føler behovet for å gjøre det samme. I følge Goffmans teorier om vårt rollespill til daglig er det også innforstått at publikum vet at en viser seg fra sin beste side, men her skiller de mellom det virkelige og fysiske offentlige rom og det digitale offentlige rom. Publikum på Instagram er som oftest mye større enn det man har i den fysiske verden og man har ikke oversikt over hvem eller hvor mange som ser det man poster. Følgertallet og antall likes kan dog gi en indikator på hvor mange, men ikke nøyaktig hvor mange. I lys av både Meads begrep ”de generaliserte andre” og Goffmans rollespill teori, har jeg valgt å videreutvikle identitetsbegrepet. I stede for å likestille den digitale og fysiske virkelighet som offentlige rom eller arenaer, skiller jeg dem. Ungdommene utvikler en virtuell identitet som de fremstiller seg som på Instagram. Ikke en virtuell identitet som om de utgir seg for å være et annet menneske, men som en bedre versjon av seg selv. På lik linje som Goffmans teori, at man vil vise den bedre versjonen av seg selv, kan man på sosiale medier gjøre det i det litt mer ekstreme tilfellet. Det vil da si at de har en privat, en offentlig og en virtuell identitet. Den virtuelle identitet er påvirket av det uoppnåelige idealet og perfektjonismen som har oppstått på sosiale medier. De generaliserte andre som har innflytelse på dem er responsen de får på bilder de publiserer på Instagram og de man sammenligner seg med. På Instagram og sosiale medier er det mye lettere å ”pynte på sannheten” og utgi seg for å være en mye bedre versjon av seg selv enn det er i den fysiske virkelighet. Der det også er lettere å bli avslørt. På Instagram er det lett å manipulere bilder ved hjelp av filter og retusjering, samt deler man gjerne kun de fine og gode øyeblikkene som igjen vil gi en visjon om at livet til denne personen er mye bedre enn det som faktisk er sannheten.

Som en konsekvens av dette forklarer artikkelen (2021) til Fjølseth og Sjølie at sammenligningen man gjør på sosiale medier kan føre til ensomhet. De skiller dog mellom

fysisk og psykisk ensomhet. Pettersen (2018) snakker om hvordan digitaliseringens konsekvens kan føre til nedtrapping av menneskelig interaksjon. Man møter og interagerer i mye mindre grad med mennesker nå enn det man gjorde før digitaliseringens utvikling (2018). Uten at det direkte blir påpekt, skjønner man fort at fysisk ensomhet kan være en konsekvens av nedtrapping av fysisk interaksjon og løsrivelse av tradisjonelle relasjoner.

4.2. Relasjoner gjennom sosiale medier

Tradisjonelle relasjoner handler som tidligere nevnt om to aktører som har gjensidig og kontinuerlig interaksjon med hverandre. Relasjonene ungdommer hadde før sosiale medier er ikke så ulikt med hvordan deres relasjoner er på sosiale medier. Man etablerer gjerne de nærmeste relasjonene i tidlig alder og etterhvert skiller man mellom primære og sekundære relasjoner og de fleste relasjonene man inngår i er som oftest uformelle. På sosiale medier har man ofte en form for interaksjon med personer fra både primærsonen og sekundærsonen, men det går igjen at de fleste ungdommer har mest kontakt med de menneskene de er mest sammen med i den fysiske verden. Sosiale medier gjør at relasjonene de unge etablerer seg ikke trenger å være fysisk betinget, slik det gjerne var før som igjen gjør at man gjerne kan ha mange flere relasjoner enn det man kunne før, da de var fysisk betinget. Relasjoner som blir etablert gjennom sosiale medier må gjennom de samme relasjonsfasene som relasjoner i virkeligheten, forskjeller er at de ikke er fysisk betinget. For å bevare en relasjon, må den vedlikeholdes. Dette gjør man gjennom gjensidig interaksjon. På lik linje som tradisjonelle relasjoner kan også relasjoner havne i nedtrappingsfasen, som handler om at aktørene ikke lenger finner relasjonen interessant eller ser noen nytteverdi i relasjonen lenger. Gjennom sosiale medier kan man bli kjent med hverandre på en annen måte enn man gjorde før. Da relasjonene kun var fysisk betinget hadde man gjerne veldig få relasjoner. På grunn av delelysten de unge ofte har, deler man mye av livet, og som nevnt, oftest bare de gode sidene. Dette fører til at man på en måte kan bli kjent med en person man aldri verken har snakket med på sosiale medier eller i virkeligheten. Vi kan danne oss et bilde om hvordan personen er og hvilke verdier personen har.

I forskningsrapporten til Kaare (2004) kommer det fram at ungdommene ikke synes det spiller noen rolle om relasjonen har oppstått på internettet eller i virkeligheten og flere hadde fått sine nærmeste venner gjennom internett. Når det kommer til sosiale medier er det lett å tenke at det er usosialt og glemme at man ofte snakker med andre mennesker. I dag lever vi i

et digitalisert samfunn som gjør at man i mye mindre grad enn tidligere møter andre mennesker, mens internettet åpner opp for uendelige muligheter hvor man kan snakke med andre. Ungdommene i rapporten til Kaare (2004) påpekte at man snakker med andre på en annen måte gjennom internettet enn det man gjorde i virkeligheten. Selv om de mente at det er mye mer sosialt å møtes fysisk, kan det ofte være lettere å prate om ting, gjerne vanskelige ting over internett. De fortalte at det de verdsatte mest med internett var mulighetene for å kommunisere med andre, samt informasjonen man kunne hente. Det er lettere å møte mennesker over internett med det samme interessene som deg, da gjennom forskjellige forum eller grupper på Facebook eller lignende man kan melde seg inn i eller delta i diskusjoner som interesserer deg. I den fysiske verden kan det være vanskelig å finne andre med de samme interessene som deg, om man ser bort i fra fysiske aktiviteter man kan melde seg inn i. Denne siden ved sosiale medier kan dermed være en løsning på ensomhet og nedtrapping av sosial interaksjon. I diskusjonen om sosiale medier er det ofte argumentert for at det er usosialt og at de man snakker med gjennom sosiale medier ikke er like verdifullt som den fysiske interaksjonen. Ungdommene i rapporten til både Larsen (2009) og Kaare (2004) påpekte at sosiale medier hjalp dem å holde kontakt og vedlikeholde relasjoner og andre vennskap. Selve relasjonsbegrepets betydning har ikke forandret seg, men en forskjell er at den har utvidet området fra å kun være fysisk betinget til å både være fysisk betinget, men også til å kunne ta form gjennom digitale plattformer. Når det kommer til verdien i relasjonene som oppstår på sosiale medier ser det ikke ut til at det er forandret. I artikkelen til Larsen (2009) forteller ungdommene at å kommunisere over internettet ikke svekker de nære relasjonene, men at de kan styrke til løse. I tillegg til å holde kontakt med nære venner forteller også ungdommene i artikkelen til Kaare (2004) at internett gjør det mulig å også holde kontakten med venner som har flyttet vekk, eller slektninger som bor langt unna. Ungdommene forteller også at de ikke skiller vennskap på nettet og vennskap i virkeligheten, venner er venner (Kaare, 2004).

Å dele bilder og oppdateringer om livet sitt på sosiale medier kan både være positivt og negativt. Man er da gjerne oppdatert på hverandres liv til en hver tid, samt oppdatere sitt eget liv til en hver tid. Dette er en fin måte å få innblikk i hva en person driver med for tiden. Men en konsekvens kan være mindre direkte kommunikasjon. Man spør gjerne om man er nysgjerrig på hva en person driver med om dagen, men om man får alt servert ved bare noen tastetrykk kan det være nok informasjon til at en gjerne dropper å skrive til en person da en har fått det en trenger til å fylle informasjonsbehovet. Men som ungdommene påpeker i

artikkelen til Kaare (2004) snakker man gjerne om andre ting på sosiale medier enn man ville gjort i den fysiske virkelighet. En god samtale kan i likhet med en samtale der man er fysisk tilstede, vare i flere timer. En samtale på sosiale medier kan til og med strekke seg over flere dager, med flere innlagte pauser (Staude og Marthinsen, 2013, s. 143). En god samtale over internettet trenger heller ikke stå noe tilbake for den gode ansikt til ansikt-samtalen. En nettsamtale kan være ærligere, på godt og vondt, da noen sperrer som er til stede ved fysiske møter, er borte. En nettsamtale kan dog være en ulempe fordi vi mister noen relasjonsskapende elementer, men det kan også komme til fordel da vi i større grad kan konsentrere oss mer om hva den andre faktisk sier, og dermed lytte bedre (Staude og Marthinsen, 2013, s. 143).

4.3. Fordeler med sosiale medier

Sosiale medier handler dog ikke bare om selvpromotering og om å fremstå som den beste versjonen av seg selv. Ungdommene i artiklene til både Kaare (2004), Larsen (2009) uttrykker at de bruker sosiale medier til å holde kontakt og vedlikeholde vennskap og relasjoner. I artikkelen til Larsen (2009) presiserte de også at det ikke alltid handler om hva budskapene i meldingene man skriver til hverandre, men at det var selve handlingen som betydde noe. Ved å spørre en venn hva de gjorde på eller hvordan de hadde det vedlikeholdt de et vennskap. Det ungdommene i artikkelen til Kaare (2004) verdsatte mest med internett var sosialiseringen, muligheten til å holde kontakt, få nye kontakter, samt informasjonen man kan få. Sosiale medier åpner opp for muligheter for nye vennskap, samt holde kontakt med og vedlike holde gamle vennskap. Hvordan relasjonen hadde oppstått viser seg å ikke spille så stor rolle for ungdommene. Som nevnt tidligere kan kommunikasjon over nett være lettere og ærligere enn en fysisk samtale. Under samtaler på nettet slipper man å forholde seg til et ansikt, noe som kan være lettere om man snakker om et vanskelig tema. Ungdommene i artikkelen til Kaare (2004) påpeker at de ikke snakker om det samme i virkeligheten enn det de gjør over nettet. Sosiale medier gjør det også mulig for mennesker som enten har fysiske handicap som gjør det vanskelig å møte mennesker fysisk eller mennesker som har vanskeligheter med ansikt-til-ansikt-kommunikasjon til å etablere seg relasjoner over internett.

Ved å være aktiv og holde seg oppdatert har man også en slags tilhørighet med hverandre på det digitale landskapet. Gjennom bruk av ”literacy” (2017) navigerer ungdommer seg på

sosiale medier. Å forstå de sosiale retningslinjene på de forskjellige sosiale plattformer er en del av det å få tilhørighet med andre. På Instagram har man følgere og følger folk, det er som regel venner og familie, men også bekjente og andre men ikke kjenner. Man får en form for tilhørighet og aksept gjennom ”likes” og kommentarer. Ved å gjensidig og kontinuerlig like hverandres bilder både gir man og får man en type aksept og det kan oppstå et sosialt nettverk. Sosiale medier har også gjort det mulig for unge å ha mange flere relasjoner enn det som var normalt eller mulig uten sosiale medier. Selv om mange av disse relasjonene over sosiale medier kan være nokså overflødige kan de også være med på å øke ens sosiale kapital. Ved å ha mange følgere på for eksempel Instagram som man interagerer med gjennom likes og kommentarer eller direkte kommunikasjon vil også den sosiale kapital bli større.

5. Konklusjon

Gjennom artiklene og relevante teorier jeg har benyttet meg av i denne oppgaven har jeg prøvd å svare på hvordan ungdommers relasjoner og identitet kan påvirkes av sosiale medier. Ved å bruke en artikkel som handler om konsekvenser av digitaliseringen underbygger konsekvenser det har ført med seg. Mennesker i dagens samfunn møter hverandre i mye mindre grad enn før. Digitaliseringens utvikling har ført med seg en rekke konsekvenser som vi mennesker påvirkes av. Mennesker interagerer mindre med andre mennesker i samme kontekst, jobb eller andre plasser det tidligere var naturlig å møte og interagere med andre. Avslutningsvis stiller artikkelen til Pettersen (2018) spørsmål ved sosiale medier som en løsning på dette. Gode relasjoner virker å ha en stor betydning for de unges utvikling, og da spesielt relasjoner til jevnaldrende. Sosiale medier er også en stor del av de unges identitetskonstruksjon. Som flere ungdommer i artiklene (Kaare, 2004, og Hilmarsen og Arnseth, 2017) påpekte følte de et behov eller hadde et ønske om å fremstå på en viss måte. Det er ikke ett nytt fenomen å ville vise seg fra sin beste side, men sosiale medier gjør det mulig og lettere å gjøre det. I den fysiske verden kan man lettere bli ”avslørt” enn man kan på sosiale medier. Det er lettere å legge filter på bilder man legger ut, enn å legge filter på seg selv i den fysiske verden. Ungdommene påpeker også at denne uopnåelige idealformen som har oppstått på sosiale medier kan føre til ensomhet grunnet sammenligning.

For å konkludere er det ikke et svart-hvitt-svar. Sosiale medier har en stor rolle i ungdommers

hverdagsliv og de aller, aller fleste unge mellom 9-20 år bruker ett eller flere sosiale medier. På grunn av at sosiale medier imøtekommer vesentlig menneskelige behov har bruken av sosiale medier de siste 10 årene økt betraktelig. Ungdommer bruker sosiale medier til å holde kontakt, vedlikeholde vennskap, holde seg oppdatert, samt å holde andre oppdatert på ditt liv. Relasjonene som oppstår på sosiale medier er ikke nødvendigvis noe dårligere eller bedre enn de relasjonene man etablerer seg fysisk. De fleste ungdommer skiller ikke mellom vennskap på internett og fysiske vennskap. De fleste foretrakk å møte internettvennene sine, mens andre ikke synes det var nødvendig. Kommunikasjonsformen var altså ikke avgjørende for betydningen av relasjonen. Å kommunisere gjennom sosiale medier hadde både fordeler og ulemper. Ved å ikke kommunisere ansikt til ansikt mister man noen relasjonsskapende elementer. Det kan være for eksempel være øyekontakt eller kroppsspråk, men ved å skrive til hverandre over nett fokuserer man gjerne mer på det som faktisk blir sagt, samt at det kan være lettere å åpne seg da man ikke trenger å forholde seg til et ansikt, men en skjerm. Sosiale medier gjør det også mulig å utvide relasjonene sine. Da det ikke fantes sosiale medier og alle relasjonene vi hadde var fysisk betinget var antallet mennesker vi hadde en relasjon til relativt lavt. I dag kan man gjennom sosiale medier har mange flere relasjoner, både nære og ikke så nære. På sosiale medier interagerer man på andre måter enn kun direkte kommunikasjon. Det foregår gjennom å dele bilder, oppdateringer, å gi eller få ”likes” og kommentarer.

Litteraturliste

- Aalen, & Iversen, M. H. (2021). *Sosiale medier* (Ny utgave, 2. utgave.). Fagbokforlaget.
- Evenshaug, & Hallen, D. (2000). *Barne- og ungdomspsykologi* (4. utg., p. 443). Gyldendal akademisk.
- Giæver, Mifsud, L., & Engen, B. K. (2021). *Digital dømmekraft* (2. utgave.). Gyldendal.
- Goffman, Risvik, K., & Risvik, Kjell. (1992). *Vårt rollespill til daglig : en studie i hverdagslivets dramatik* (Ny utg., p. 224). Pax.
- Hillmarsen, H. V., & Arnseth, H. (2017, april 1). *Livet på Instagram. ungdoms digitale forlegelser av sosiale relasjoner og vennskap*. Tidsskrift for ungdomsforskning.
- Kaare, B. H. (2004). *Ungdom som lever med PC*. Oslo: Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd og aldring.
- Larsen, M. (2009, oktober 12). *Sosiale netværkssider og digital ungdomskultur: når unge praktiserer venskab på nettet*. Mediekultur
- Medietilsynet. (2020, Oktober 15). *Barn og medier 2020*. Hentet fra Medietilsynet: <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medierundersokelser/2020/201015-barn-og-medier-2020-hovedrapport-med-engelsk-summary.pdf>
- Røgeberg, O. (2018, August 18). *Fire av fem nordmenn bruker sosiale medier*. Hentet fra Statistisk sentralbyrå: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/artikler-og-publikasjoner/fire-av-fem-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
- Schiefloe. (2015). *Sosiale landskap og sosial kapital : nettverk og nettverksforskning* (2. utg., p. 284). Universitetsforlag.
- Starrin, & Rønning, R. (2009). *Sosial kapital i et velferdsperspektiv : om å forstå og styrke utsatte gruppers sosiale forankring* (p. 198). Gyldendal akademisk.
- Staute, C., & Marthinsen, S. (2013). *Sosial kommunikasjon*. Oslo: Kommuneforlaget.
- Tjora. (2018). *Hva er fellesskap* (Vol. 63, p. 159). Universitetsforlag.



Høgskulen på Vestlandet

S0590 Bacheloroppgave i sosiologi

S0590-O-2022-VÅR-FLOWassign

Predefinert informasjon

Startdato:	09-05-2022 00:00	Termin:	2022 VÅR
Slutt dato:	23-05-2022 14:00	Vurderingsform:	Norsk 6-trinns skala (A-F)
Eksamensform:	Bacheloroppgave i sosiologi		
Flowkode:	203 S0590 2 O 2022 VÅR		
Intern sensor:	(Anonymisert)		

Deltaker

Kandidatnr.:	407
---------------------	-----

Informasjon fra deltaker

Antall ord *:	7922
----------------------	------

Sett hake dersom Nei
besvarelsen kan brukes
som eksempel i
undervisning?:

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 autalen om publisering av bacheloroppgaven min *

Ja

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

Nei

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

Nei