

Magnus Ingebrigtsen

# Covid-19 pandemiens effekt på sosial mediebruk

Bacheloroppgave i Informasjonsbehandling

Veileder: Torstein Elias Løland Hjelle

Mai 2022



Magnus Ingebrigtsen

# **Covid-19 pandemiens effekt på sosial mediebruk**

Bacheloroppgave i Informasjonsbehandling  
Veileder: Torstein Elias Løland Hjelle  
Mai 2022

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet  
Fakultet for informasjonsteknologi og elektroteknikk  
Institutt for datateknologi og informatikk



Kunnskap for en bedre verden



## Forord

Dette er en avsluttende oppgave (bacheloroppgave) i Informasjonsbehandling ved NTNU. Oppgaven skrives samtidig som vi forhåpentligvis nærmer oss slutten på en flerårig pandemi, der jeg ville undersøke nærmere hvordan denne pandemien har påvirket nordmenns bruk av sosiale medier (SoMe).

Jeg til takke min veileder Torstein Elias Løland Hjelle for god hjelp med oppgaven, både med utforming av spørreskjema og struktur på selve oppgaven.

En spesiell takk til alle som svarte på spørreundersøkelsen på nett, og som ga gode kommentarer som jeg kunne bruke videre i arbeidet mitt. Familie og venner som hjalp meg å spre undersøkelsen fortjener også en takk for innsatsen.

Arbeidet med bacheloroppgaven har gjort at jeg har tilegnet meg god kunnskap og forståelse rundt emnet, og registrerer samtidig at det forskes mye på dette området etter at restriksjonene i samfunnet nå er fjernet.

## Sammendrag

12. mars 2020 ble Norge “stengt ned” som følge av covid-19 pandemien. Bakteppet var å kunne begrense smittespredning av sarsCov-2 viruset som fører til sykdommen covid-19. Et nedstengt samfunn der folk for det meste skulle holde seg hjemme, gjorde at mange benyttet SoMe til å holde kontakt med venner og bekjente. På bakgrunn av dette ønsket jeg å finne ut om bruk av SoMe hadde vært med på å påvirke folks livsstil enten i positiv eller negativ retning.

Jeg hadde en problemstilling som jeg ønsket å få svar på, og var derfor avhengig av tilgang på et rikt tallmateriale. Valget på å bruke en kvantitativ metode var derfor åpenbar, og en spørreundersøkelse som jeg delte på SoMe ble sentral i min studie. Spørsmålene som ble stilt var generelt utformet for å nå så mange deltakere som mulig.

Svarene som kom inn systematiserte jeg ved å bruke regneark (excel), for å kunne vise tabeller og sammenligne de ulike faktorene.

Basert på datagrunnlaget, ser det ut til at selv om bruken av SoMe har økt under covid-19 pandemien, så har de negative konsekvensene vært mindre enn forventet. Kort oppsummert kan man si at de positive mulighetene som SoMe har gitt i en vanskelig tid, veide opp for de utfordringene som vi i dag kjenner til ved bruk av disse digitale “møteplassene”.

# Innhold

Forord .....	1
Sammendrag .....	2
1.0 Innledning.....	4
1.1 Bakgrunn og avgrensning .....	4
1.2 Problemstilling.....	4
2.0 Definisjoner .....	5
2.1 Sosiale medier (SoMe).....	6
2.1.1 Facebook .....	6
2.1.2. Twitter .....	7
2.1.3 Instagram.....	7
2.1.4 Snapchat .....	7
2.1.5 Discord.....	7
2.1.6 Youtube .....	8
2.1.7 Tiktok .....	8
2.1.8 Pinterest .....	8
2.1.9 Reddit .....	8
2.2 Tidligere forskning.....	8
3.0 Metode .....	11
3.1 Validitet og pålitelighet (reliability).....	12
3.2 Metodekritikk .....	13
3.2.1 Svakheter .....	13
3.2.2 Styrker: .....	13
4.0 Analyse og resultater.....	14
5.0 Diskusjon/drøfting.....	18
5.1 Begrensninger og videre forskning.....	19
5.2 Konklusjon .....	19
Referanseliste.....	20

## 1.0 Innledning

### 1.1 Bakgrunn og avgrensning

12. mars 2020 ble Norge stengt ned på grunn av koronapandemien. Målet var å begrense spredningen av det smittsomme viruset sarsCov-2 som fører til sykdommen covid-19. Tiltakene som ble innført var svært strenge, bl.a. ble skoler og utdanningsinstitusjoner stengt, idretts- og kulturarrangement avlyst, og folk ble oppfordret til å jobbe hjemmefra for å unngå fysisk kontakt.

Covid-19 pandemien har utvilsomt påvirket mange folks liv på en negativ måte. Gjentatte karantener og oppfordringer om å holde seg hjemme og isolere seg, har ført til at mange har fått påtvunget mye ufrivillig alenetid, eller blitt separert fra de som en vanligvis ville ha tilbrakt tid med. Dette har jeg som student fått merke godt, da all kontakt med skolen og medstudenter har foregått på digitale plattformer. Både før og parallelt med pandemien har bruken av SoMe økt (Futsæter, 2022) og bekrefter dermed dette som en etablert måte å kommunisere og sosialisere seg på.

Min påstand er da at pandemien har ført til en økning i folks bruk av SoMe, både som en erstatning for andre måter å sosialisere seg på, og som en kontinuasjon av trenden før pandemien. Jeg tror denne nye måten å interagere på ikke nødvendigvis er til folks beste, det kan ha baksider som vi i dag ikke er fullt klar over.

For å få svar på noen av disse spørsmålene, har jeg utarbeidet en spørreundersøkelse som er ment for personer som er 18 år eller eldre, rettet mot covid-19 pandemien og bruk av SoMe. Jeg forsøker å få svar fra respondentene hvordan de er påvirket av disse to faktorene. Spørreundersøkelsen holdes anonym for å nå så mange som mulig, og er først og fremst ment som en meningsmåling fra befolkningen som denne fanger opp.

### 1.2 Problemstilling

Pandemi og nedstengning av samfunnet er noe som vi alle har kjent på. Jeg synes derfor det er svært interessant å forske på bruken av SoMe og konsekvenser i denne sammenheng. Det pågår flere, spennende forskningsprosjekter på området, bl.a. ved OsloMet, så emnet er svært relevant (OsloMet, u.å.)



På bakgrunn av dette ønsker jeg å teste ut følgende spørsmål:

**Har folks bruk av sosiale medier (SoMe) under covid-19 pandemien økt, og har dette hatt negative konsekvenser for den enkelte?**

Som igjen danner grunnlag for disse forskningsspørsmålene:

1. Har folks bruk av SoMe økt under covid-19 pandemien?
2. Har SoMe bidratt til at man har greid å holde kontakt med omverdenen til tross for nedstengninga i samfunnet?
3. Mener folk flest at den økte bruken av SoMe er negativt?
4. Gjør SoMe at du kan ha kontakt med andre som du vanligvis ikke har fysisk kontakt med?

Oppgaven består av fem deler. Første del inneholder innledning med problemstilling og avgrensning av oppgaven, der problemstillingen min danner grunnlag for videre forskningsspørsmål. I andre del har jeg definert ulike begrep som er viktig for oppgaven, samt vist til tidligere forskning på området. Metoden jeg har benyttet har jeg forklart i tredje del, der jeg samtidig har sett på styrker og svakheter ved denne. Fjerde del av oppgaven viser tall og statistikk som jeg har funnet, jeg har også forklart noen av funnene og tatt med enkelte sitat fra respondenter som jeg mener er viktig. Den femte og siste delen inneholder resultat og drøfting av funnene. Til slutt kommer jeg med en konklusjon på arbeidet mitt.

## 2.0 Definisjoner

I dette kapitlet skal jeg redegjøre for teorigrunnlaget i oppgaven. Jeg skal finne teori som kan være med å dokumentere grunnlaget for undersøkelsen. Målet med oppgaven er å få svar på om økt bruk av SoMe under pandemien har hatt negativ påvirkning for folk flest. Siden pandemien fortsatt pågår, så finnes det lite fagteori, det forskes løpende mens jeg skriver denne oppgaven. Jeg skal derfor lage en mulig teoretisk forklaring som begrunner problemstillingen. Studien er knyttet til teori om bruk av SoMe og hvilken innvirkning bruken har for den enkelte.

## 2.1 Sosiale medier (SoMe)

Det finnes ingen helt klar definisjon på hva SoMe er, men to trekk er særegne (Aalen og Iversen, 2021, s. 27). Det ene er at det ikke er tydelig hvem som er avsender/publikum. De samme menneskene kan være både produsent/konsument av innholdet. Det andre er at det legger til rette for mange-til-mange kommunikasjon. SoMe dekker flere grunnleggende behov som informasjon, underholdning/tidsfordriv, fellesskap og sosial interaksjon, samt personlig identitet (Aalen og Iversen, 2021, s. 43).

SoMe har gjennom flere år utviklet seg til å bli et fora der mennesker kan småsnakke med hverandre. Vi poster bilder av hverdagslige gjøremål, viser bilder av maten vi spiser og legger ut bilder av unger og familie i nær sagt alle situasjoner. Den sosiale småsnakkinga gjøres ved å gi kommentarer på det som angår oss, enten ved at vi bruker symboler eller korte tilbakemeldinger. Vi velger selv hvem vi er i dialog med, og det er ikke nødvendigvis folk vi kjenner godt fra før (Aalen og Iversen, 2021, s. 53)

«Sosiale medier er nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold, og å delta i sosiale nettverk» (Store norske leksikon, 2018).

Jeg definerer i denne oppgaven SoMe som plattformer der mennesker aktivt kommuniserer med hverandre, enten det er tekst, video eller bilder.

I min undersøkelse har jeg fokusert på følgende SoMe-plattformer:

### 2.1.1 Facebook

Facebook, eid av Meta, er et av de største sosiale mediene og har vært i aktiv bruk blant de fleste aldersgrupper i lengre tid. Av funksjoner tilbyr Facebook først og fremst tekstlig kommunikasjon med venner og kjente, ofte gjennom den enkeltes personlige side, eller grupper. Andre funksjoner er relasjoner mellom brukere og arrangementer som de individuelle brukerne kan melde seg opp til. Facebook tilbyr også direkte chatter og gruppechatter på siden av de som hører til grupper eller brukeres sider (Store norske leksikon, 2021).

### 2.1.2. Twitter

Twitter, nylig oppkjøpt av Elon Musk, er et ekstremt populært internasjonalt sosialt media, men har en noe mindre utbredelse i Norge. Twitter er basert på kortform “poster” fra individuelle brukere. Brukere kan følge andre brukere for å få med seg det de poster, samt kommentere på disse postene. Twitter benytter også # eller hashtagger for å samle poster som omhandler det samme, disse taggene er skapt av brukerne og kan søkes etter om brukerne er interesserte i spesielle emner. Som et sosialt media basert på individer som kommuniserer via poster, kommentarer og tagger (Store norske leksikon, 2021).

### 2.1.3 Instagram

Instagram er SoMe som opprinnelig baserte seg på deling av bilder, men ettersom plattformen vokste ble flere funksjoner lagt til, som korte videoklipp på opptil 60 sekunder og en rekke filtre for bilder. Instagram bruker også et hashtag-system for gruppering av bilder av samme type for lettere søk (Store norske leksikon, 2020).

### 2.1.4 Snapchat

Snapchat er nok et sosialt media som baseres på deling av bilder og korte videosnutter. Snapchat har også en rekke filtre og effekter som lett kan brukes på bilder og videoer. Opprinnelig fokuserte Snapchat på at bilder og videoer ikke kunne bli sett mer enn en gang per bruker. Dette har de nå gått tilbake på, og mer tradisjonelle funksjoner for et SoMe har blitt fremhevet, som brukerprofiler og lokasjonsdata for bilder og videoer (Store norske leksikon, 2021).

### 2.1.5 Discord

Discord er et relativt nytt sosialt media rettet mot video og tekst kommunikasjon for dataspill, men har etter hvert utvidet seg til et populært SoMe. I tillegg til VOIP (Voice Over IP) funksjoner tilbyr Discord sine brukere egne grupper og servere, som de kan tilpasse og administrere selv. Det er av den grunn mange offentlige servere, men også mindre og mer private (Store norske leksikon, 2021).

### 2.1.6 Youtube

Youtube er hovedsakelig en plattform for å dele videoer hvor de eneste formene for kommunikasjon var respons-videoer og kommentarer, men har også lagt til funksjoner som tagger, grupper og andre måter som gjør at brukerne kan kommunisere med hverandre. (Store norske leksikon, 2021).

### 2.1.7 Tiktok

Tiktok er et nytt sosialt media med fokus på korte videosnutter, 15 sekunder til 10 minutter. Tiktok har hatt en stor vekst siden lansering, men har pådratt seg kritikk grunnet applikasjonens tilknytting til den kinesiske regjering (Wikipedia, 2022).

### 2.1.8 Pinterest

Pinterest er et sosialt media som baserer seg på deling av bilder, og kan kanskje best beskrives som en interaktiv oppslagstavle. Det sosiale aspektet kommer fram i delingen og organiseringen av bildene ved bruken av såkalte «pins» som kategoriserer bilder i en eller flere kategorier (Alt om Pinterest, 2022)

### 2.1.9 Reddit

Reddit er et sosialt media som baseres på en serie med brukerskapte forum eller «subreddits» som dekker en serie med temaer. Hensikten er at en kan finne en «subreddit» som dekker de temaene en er interessert i, for så å delta gjennom poster og kommentarer. Både poster og kommentarer har en verdi basert på brukernes input, såkalte «upvotes» og «downvotes». Disse er med på fremheve poster som mottas positivt, mens negativt mottatte poster blir nedprioritert (Wikipedia, 2022)

## 2.2 Tidligere forskning

Tall fra Statistisk Sentralbyrå (SSB) viser at bruken av SoMe er økende (Medienorge, 2021). Dette kommer godt fram i tall som er hentet fra 2012 til og med 2020. Facebook, Instagram og Snapchat er de mest brukte SoMe her i Norge.

### Bruk av sosiale medier en gjennomsnittsdag, fordelt på alle (prosent)

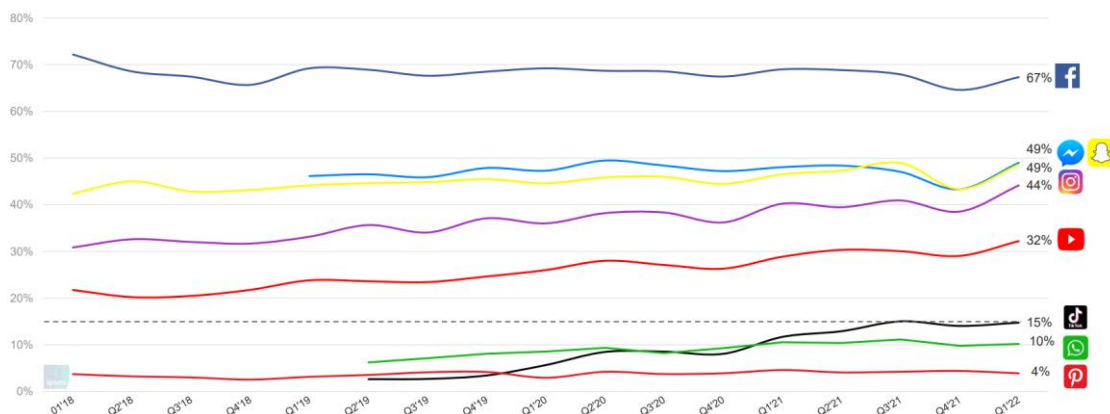
Type	Alle	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Facebook	Alle (9-79 år)	-	-	-	-	56	61	64	66	66	65
Andre sosiale medier	Alle (9-79 år)	-	-	-	-	19	38	45	51	57	56
Blogg	Alle (9-79 år)	-	-	10	9	8	10	10	11	8	8

Type	Alle	2020
Facebook	Alle (9-79 år)	63
Instagram	Alle (9-79 år)	44
Twitter	Alle (9-79 år)	7
Snapchat	Alle (9-79 år)	47
WhatsApp	Alle (9-79 år)	4
LinkedIn	Alle (9-79 år)	3
Totalt	Alle (9-79 år)	76

Ipsos gjennomfører jevnlig spørreundersøkelser på nett hvor målet er å analysere bruken av SoMe. Ipsos SoMe-tracker for januar/mars 2022 oppgir at bruken av SoMe har økt noe det siste året (Ipsos, 2022)

## SOSIALE MEDIER – UTVIKLING I DAGLIG BRUK

IPSOS SOME  
TRACKER Q1'22



Grafen viser utviklingen ved daglig bruk blant sosiale medier i «SPOTLIGHT» og «ONE-TO-WATCH». Striplet linje viser grensen ved daglig bruk TikTok har passert for å forflytte seg inn i spotlighten. 15% er grensen for å sikre akseptabel basestørrelse, også for undergrupper.

TikTok har stabil utvikling i Q1'22 (15 %) og beholder sin plassering i spotlighten.

5

Resultatene viser befolkningen på totalnivå 18 år og eldre som bruker 1 til flere ganger om dagen.  
Base: 2018 N=1671, 1680, 2707, 2806 / 2019 N=2673, 2647, 2129, 2117 / 2020 N=1584, 2157, 2162, 2123 / 2021 N=1581, 1563, 1571, 1552 / 2022 N=1574



Hva betyr den økte bruken av SoMe? En undersøkelse fra SSB, viser at det er en klar sammenheng mellom skjermbruk og tilfredshet. Av personer som oppgir at de bruker mer enn tre timer per dag på SoMe, oppgir 41 prosent at de har lav tilfredshet med livet.

Undersøkelsen viser også at tidsbruken på skjermtid har økt det siste året. Fra 2020 til 2021 er det åtte prosent økning i bruk av SoMe, mens hele 20 prosent økning for de i alderen 16-24 år (Støren og Rønning, 2021).

Selskapene bak disse plattformene har virkelig skjønnet at vi mennesker har behov for sosial kontakt, anerkjennelse og fellesskap, derfor har det vært en rivende utvikling på området de siste årene. Og det er vi selv som er forskningsobjektene her (Aalen og Iversen, 2021).

Det store kontaktnettet man har på SoMe åpner opp for at alle vil vise seg fra sin beste side. De fleste legger ikke ut et bilde av seg selv hvor man har en dårlig dag, eller er syk, til flere tusen følgere på Instagram. Vi har ristet av oss janteloven, og ønsker å fremstå som supermennesker. Vi har vellykkede barn som er flink på skolen og i idrett, vi poster bilder av flott hus og pen hage. Dette er et ønske om å få bekreftelse på at vi er lykkelig og har oppnådd suksess i livet. Hva gjør ikke dette med selvfølelsen? Har virkelig alle det så bra som det kan se ut til?

Det finnes flere studier som har sett på hvordan bruk av SoMe påvirker den enkeltes helse (Johannessen, 2019). I denne studien så man på voksne i alderen 19 til 32 år. De fant ut at jo mer tid deltakerne brukte på SoMe, jo større risiko for å utvikle depresjon og angst.

En nettstudie av 622 deltakere fra hele verden som ble publisert i Scientific Report i mars 2022, (Ciaunica, A. *et. al.*, 2022), undersøkte hvordan forholdet mellom folks digitale aktiviteter og sosiale interaksjoner var før og under nedstengingen som følge av pandemien. De fant ut at den økte bruken av SoMe korrelerte med høyere følelser av depersonalisering, dvs. en følelse av å være uvirkelig eller fremmed i tillegg til negative følelser.

Ved Institutt for epidemiologi og biostatistikk ved Western Schulich School of Medicine & Dentistry, har forskere forsøkt å se på sammenhengen mellom søvn, SoMe og mental helse blant ungdommer. Jo mindre du sover, jo mer tid brukes på skjerm, som igjen gjør at du sover dårligere. Dårlig søvnkvalitet påvirker den mentale helsen negativt, og kan føre til angst og depresjon (Rea, A., 2021)

I en spørreundersøkelse på nett (715 voksne fra 18 til 72 år deltok) ble det under nedstengingen i Italia bedt om svar på opplevd ensomhet og angst under pandemien (Boursier, V. *et. al.*, 2021). Deltakerne rapporterte at de brukte sosiale media mye mer enn før pandemien. Isolasjon og nedstenging styrket behovet for å være en del av det virtuelle samfunn, noe som igjen økte angsten ytterligere.

I forskningslitteraturen snakkes det om internettavhengighet, smarttelefonavhengighet og medieavhengighet, mens Aalen og Iversen i sin bok snakker om problematisk bruk av SoMe. Det kan se ut til at kvinner har en tendens til å utvikle mer avhengighetsskapende bruk av SoMe enn det menn har (Andreassen, S.A., Pallesen, S. og Griffith, M.D. (2017).

En gjennomgang av ni studier fant en klar sammenheng med problematisk bruk av SoMe, angst og depresjon, spesielt hos unge (Aalen og Iversen, 2021).

Selv om SoMe muliggjør virtuell interaksjon, så er ikke det alene en god nok erstatning for fysisk kontakt mellom mennesker. «Når de sosiale mediene brukes som en overflatisk måte å forsøke å tilfredsstille dypere behov, kan det bli usunt» (Aalen og Iversen, 2021, s. 112)

### 3.0 Metode

Jeg ønsket med forskningen min å få et innblikk, eller et øyeblikksbilde, av hvilke holdninger folk flest har til SoMe. I tillegg ville jeg vite hva de tenker om egen bruk, og hvordan dette har påvirket en hverdag i et nedstengt samfunn som under covid-19 pandemien. Med dette som utgangspunkt ble det viktig for meg å få tak i så mange respondenter som mulig. Jeg har valgt et ekstensivt design på oppgaven (Busch, s. 52), der jeg ikke leter etter så mange komplekse synspunkt, men ønsker tallmateriale som kan jeg kan bruke for å analysere problemstillinga.

Spørreundersøkelsen min består av 18 spørsmål, og av disse er det fire som dekker demografiske faktorer som alder og bosted. Disse er designet for å skape en oversikt over hvordan slike faktorer påvirker andre faktorer som vi spør etter, slik som brukstid og brukstendenser for SoMe. Tre av spørsmålene dekker slike faktorer: brukstid, hvilke SoMe-plattformer som brukes, vil bruksmønsteret fortsette etter Covid-19.

Sammen med tidligere nevnte demografiske spørsmål vil jeg kunne danne meg en god oversikt over bruksmønsteret til forskjellige demografiske grupper.

De neste fem spørsmålene dekker generelle holdninger til bruken av SoMe, etterfulgt av ytterligere fem spørsmål som implementerer Covid-19 i problemstillingen. Sammen dekker disse spørsmålene selve grunnlaget til undersøkelsens tolkning av folks holdning til SoMe og Covid-19 situasjonen. Til slutt er det et frisvars felt der deltakerne kan komme med kommentarer og andre opplysninger som kan være relevant for undersøkelsen. Formålet med

et slikt felt er å fange opp mulige nyanser, eller tilfeller som andre spørsmål ikke har mulighet til å dekke, siden denne spørreundersøkelsen ikke går i dybden slik en kvalitativ undersøkelse ville gjort (Busch, s. 53)

Spørsmålene baseres på kvantitativ metode. Det er lettere å få samlet inn større datamengder ved hjelp av spørreskjema (Busch, s. 53). Jeg benyttet meg av denne metoden da prosjektets omfang dekker en rekke demografiske grupper. Et bredere omfang ble antatt å ha større nytteverdi for prosjektets formål, foran en dypere analyse gjennom kvalitativ metode. Ut fra analyse av data samlet inn gjennom undersøkelsen, forventer jeg å kunne se generaliseringer som vil gjelde for de fleste innenfor relevant demografi.

Spørreundersøkelsen ble laget, og data ble samlet inn gjennom Nettskjema.no.

Tidsaspektet ved undersøkelsen begrenser seg til tida jeg har til rådighet for å skrive oppgaven. Jeg må derfor begrense meg til å samle inn spørsmålene i løpet av en måned. Jeg har derfor måttet purre noen ganger for å få svar på tverrsnittsundersøkelsen (Busch, s. 54).

Perioden for innsamling av data gikk fra 08.03.2022 til 08.04.2022. Utvalget for undersøkelsen er et bekvemmelighetsutvalg, i hovedsak delt via SoMe og e-post, i et forsøk på å nå flest mulig deltakere. Da målgruppen er nordmenn over myndighetsalderen, er det liten grunn til å begrense delingen av undersøkelsen. Bakgrunnen for å utelate personer under 18 år, er at jeg var redd det skulle komme fram sensitive opplysninger i frisvaralternativet, da reglene for håndtering av data fra umyndige er strengere. Av de ulike SoMe-plattformene er det primært Facebook og Discord som er benyttet, da det er disse jeg i utgangspunktet har sosiale nettverk å benytte meg av. NTNUs intranett Innsida ble også benyttet.

Undersøkelsen ble holdt åpen etter planen, og svar kom periodisk inn underveis. Flere svar kunne muligens blitt innhentet over en lengre periode, men prosjektets frister nødvendiggjorde en sluttfrist. Totalt ble det innhentet 191 unike svar, hvorav alle svar var fra personer som var 18 år eller eldre, og derfor passende for prosjektet.

Datamaterialet ble uthentet som en Excel-fil for analyse av data.

### 3.1 Validitet og pålitelighet (reliability)

Undersøkelsen skulle nå ut til flest mulig, derfor utformet jeg generelle spørsmål som ville være relevant for alle. Det var en risiko for å få useriøse svar, men ingen incentiver som ville gjøre dette til noen stor faktor.



Spørreskjemaet ble delt på de sosiale plattformer som jeg vanligvis bruker, noe som kan ha påvirket svarene.

For å kunne nå flest mulig deltakere, var det viktig at det ikke var for mange og kompliserte spørsmål. Dette kan være med på å gi et begrenset tallgrunnlag.

## 3.2 Metodekritikk

### 3.2.1 Svakheter

For å kunne nå ut til «alle i Norge» må man ha et stort kontaktnett. Da holder det ikke at man kun poster på sine egne, velkjente plattformer.

Mange brukere av SoMe er så vant med spam, virus og andre uønskede elementer, dette gjorde at noen av deltakerne trodde undersøkelsen var spam. De fryktet for virus når de skulle trykke på lenka.

Når man stiller spørsmål for å få fram meninger hos folk, kan dette oppleves svært forskjellig.

Det kan være vanskelig å få fram i analysen hva den enkelte faktisk har svart på.

Datagrunnlaget er begrenset, så det kan være vanskelig å få fram mening i tallene som kommer fram.

### 3.2.2 Styrker:

Undersøkelsen er relevant for alle som har fylt 18 år. Den er anonym i natur, noe som vil hjelpe med innsamling av svar.

Korte undersøkelser gir forhåpentligvis flere svar fra respondenter, man blir ikke lei av for mange spørsmål underveis og avslutter.

Det er lett å spre spørreskjema ved bruk av SoMe.

## 4.0 Analyse og resultater

<b>Respondenters alder</b>	
18-25	16
25-40	45
40-60	105
over 60	25
Totalt	191

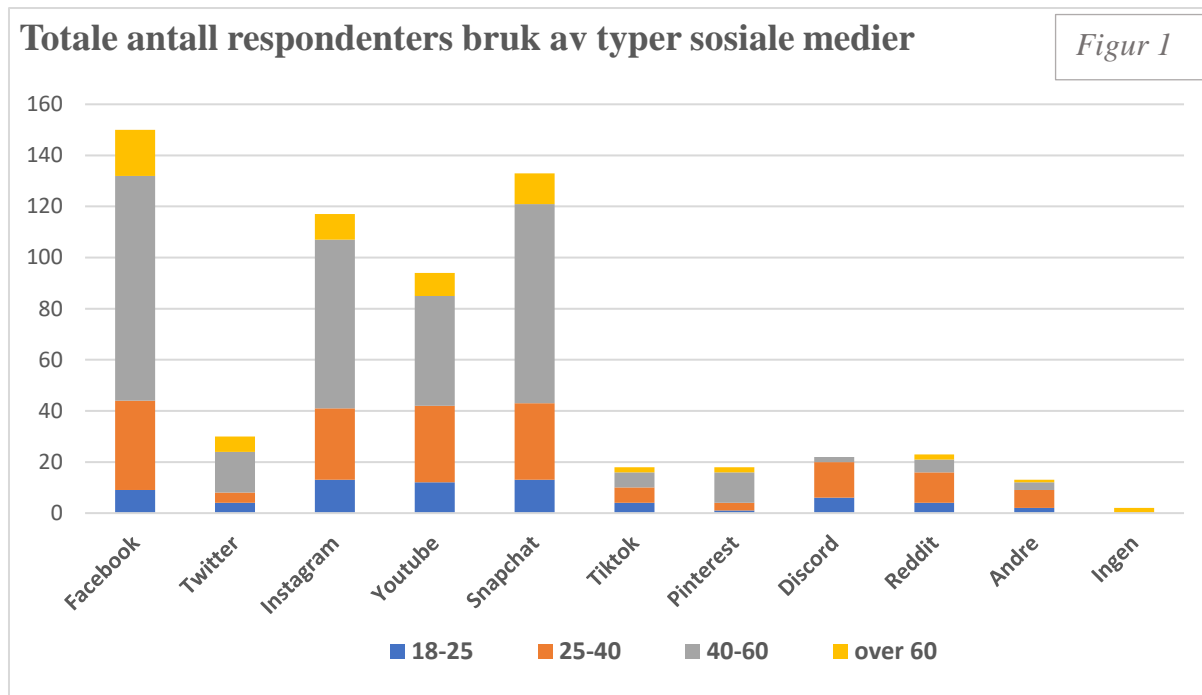
  

<b>Fordeling av svar basert på alder</b>	
18-25	16
25-40	45
40-60	105
over 60	25
Totalt	191

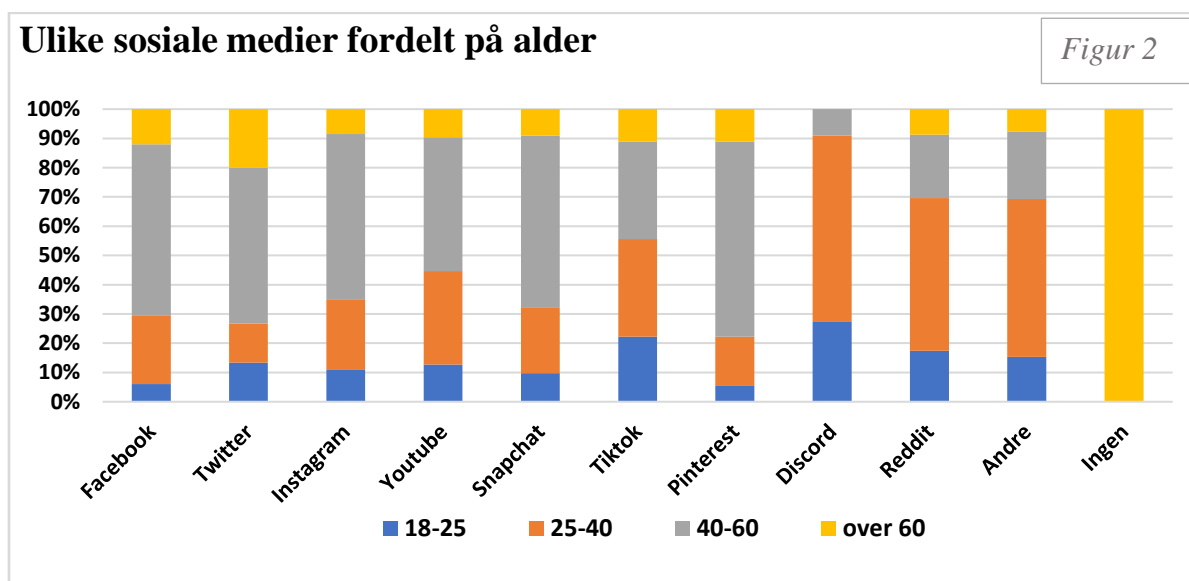
<b>Respondenters utdanning</b>	
Grunnskole	4
Videregående	37
Fagskole	15
Årsstudium ved universitet/høgskole	25
Bachelor ved universitet/høgskole	62
Master ved universitet/høgskole	40
Doktorgrad ved universitet/høgskole	4
Annet/ønsker ikke å svare	4

<b>Respondenter pr. fylke</b>	
Agder	0
Innlandet	5
Møre og Romsdal	0
Nordland	123
Oslo	5
Rogaland	1
Troms og Finnmark	4
Trøndelag	44
Vestfold og Telemark	0
Vestlandet	0
Viken	9

Det kom inn 191 svar på undersøkelsen. Ingen av respondentene var under 18 år, så ingen av svarene ble underkjent. De fleste som svarte på undersøkelsen kom fra Nordland og Trøndelag, og det var overvekt i aldersgruppen 40-60 år som hadde høyere utdanning.



Figur 1 viser totale antall av responser for forskjellige typer av SoMe. Av disse er de mest populære: Facebook, Instagram, Youtube og Snapchat.



Figur 2 viser inndeling av ulike typer SoMe fordelt på aldersgrupper, vist her som prosenter av respondenter. 40-60 gruppen er her overrepresentert siden de er den største gruppen av respondenter.

Kombinert viser figur 1 og 2 at visse aldersgrupper foretrekker visse SoMe, de mindre populære SoMe som Discord, Reddit og TikTok er mer populære blant de yngre aldersgruppene, mens de eldre holder seg til de mer etablerte SoMe som Facebook, Instagram og Facebook. Twitter har svært liten oppslutning i Norge, noe unikt sett fra et internasjonalt perspektiv.

## Kommentar fra respondenter

- «Man blir avhengig av disse sosiale mediene. Jeg bruker alt for mye tid på dem, og har lite igjen for det. Når det sosiale livet nå tar til, håper jeg å få ned bruken betraktelig!»
- «Jeg har brukt sosiale medier mye mer under enn før pandemien, og innrømmer glatt at jeg har fått vaner som jeg er sikker på ikke vil minske igjen etter pandemien.»

	Svært enig	Enig	Nøytral	Uenig	Svært uenig	Vet ikke
Sosiale medier er en betydelig mengde av min kontakt med omverden.	9,9 %	36,6 %	18,3 %	24,6 %	10,5 %	0 %
Jeg har benyttet sosiale medier for å holde kontakt med folk gjennom pandemien	13,6 %	49,7 %	23,6 %	10,5 %	2,6 %	0 %
Jeg har hatt mindre fysisk kontakt med folk under pandemien	45 %	46,1 %	3,7 %	3,1 %	1,6 %	0,5 %
Jeg har mistet kontakt med bekjente, da vi ikke kunne møtes fysisk under pandemien	2,6 %	27,7 %	21,5 %	37,7 %	10,5 %	0 %

Tabellen over viser at drøyt 30 % av respondentene har mistet kontakt med folk under pandemien. Samtidig viser tabellen at over 60 % har benyttet SoMe for å holde kontakt med folk på tross av nedstengingen i samfunnet. Over 40 % mener at SoMe utgjør en betydelig del av kontaktnettverket sitt, mens 90 % har hatt mindre fysisk kontakt, noe som ikke er så uventet sett i lys av påtvungen sosial distansering.

## Kommentar fra respondent:

*“Jeg hater sosiale medier, men jeg ville ikke greid å holde kontakten med venner uten dem”*

	<b>Svært enig</b>	<b>Enig</b>	<b>Nøytral</b>	<b>Uenig</b>	<b>Svært uenig</b>	<b>Vet ikke</b>
Sosiale medier har en positiv innvirkning på livet mitt	4,7 %	38,7 %	37,2 %	14,7 %	2,6 %	2,1 %
Min inntekt/jobbmuligheter har minsket under pandemien	3,1 %	6,3 %	11,5 %	36,1 %	41,9 %	1 %
Covid-19 pandemien har påvirket min daglige adferd på en betydelig måte	16,8 %	44,5 %	16,8 %	16,8 %	5,2 %	0 %

De fleste oppgir at SoMe har en positiv innvirkning på livet, selv om covid-19 pandemien har påvirket dagliglivet til folk på en eller annen måte. Tall fra undersøkelsen tyder ikke på at mange har vært preget økonomisk, så denne faktoren spiller liten rolle i min undersøkelse.

#### **Kommentar fra respondent:**

*«Som lærer har jeg måttet bruke ulike sosiale medier på en mer aktiv måte, for å holde kontakt med elevene. Takket være SoMe har jeg klart å holde læringstrykket oppe hos dem. Jeg har så mange positive erfaringer med SoMe fra denne tiden, at jeg har valgt å fortsette med en del av dette i undervisningen også etter pandemien.»*

	<b>Svært enig</b>	<b>Enig</b>	<b>Nøytral</b>	<b>Uenig</b>	<b>Svært uenig</b>	<b>Vet ikke</b>
Sosiale medier lar meg kommunisere med folk jeg ellers ikke ville hatt kontakt med	28,8 %	49,2 %	12 %	6,8 %	2,6 %	0,5 %

De fleste respondenter mener SoMe gjør at man kan kommunisere med flere enn de aller nærmeste, dette bidrar til å utvide kontaktnettverket til folk i større grad.

## 5.0 Diskusjon/drøfting

Tall innhentet fra undersøkelsen viser at folks bruk av SoMe har økt betraktelig. Selv om undersøkelsen er gjort på et fåtall av landets befolkning, og er et øyeblikksbilde, så er det tegn på at covid-19 pandemien har bidratt til å forsterke bruken ytterligere. Av SoMe som brukes er det spesielt Facebook, Snapchat, Instagram og Youtube som nevnes. Ifølge Ipsos undersøkelse (Ipsos, 2022) så har TikTok hatt enorm vekst, men dette kommer ikke fram i min undersøkelse. Dette har sin forklaring i at respondentene er 18 år eller eldre, og TikToks brukere tilhører fortrinnsvis den yngre garde. I SSB sin undersøkelse (Medienorge, 2021) var det ikke differensiert sosial mediebruk basert på alder, så det er vanskelig å si hvilke av de sosiale mediene som er mest i bruk for sine respektive aldersgrupper. De har heller ikke med TikTok.

Covid-19 pandemien har gjort at folk er mer hjemme og isolerte, noe som igjen har bidratt til å øke bruken av SoMe. Dette fordi folk ønsker å holde kontakt med venner og bekjente som før. Som forventet bruker yngre folk SoMe mer enn de eldste, men bruken varierer. Jeg har kun tatt hensyn til de som har passert myndighetsalderen i landet, så det er vanskelig å si noe om bruken av SoMe blant de som er yngre. Basert på tidligere forskning som jeg har referert til i oppgaven, så stemmer uansett påstanden min godt.

Respondentene mener at den økte bruken av SoMe, har både negative og positive konsekvenser. Noen opplever at de er blitt avhengige, og greier ikke å ta pauser fra livet på de digitale plattformene. De håper å bruke mindre tid på dette når samfunnet åpner opp for fullt.

Tidligere studier har pekt på en rekke negative konsekvenser, bl.a. søvnmangel, dårlig selvbilde og ensomhet. Siden jeg ikke eksplisitt har spurt om psykisk helse, så er undersøkelsen litt grunn. Likevel mener jeg at det er kommet fram flere positive aspekter enn jeg forutså. Dette kan sees på i form av kommentarer fra enkelte respondenter.

Folk flest syns ikke at den økte bruken av SoMe er utelukkende negativt, men tallene tyder på at mange ser på dette mer som et nødvendig onde. Bare 20 % av respondentene mener at SoMe er negativt. Det fins yrkesgrupper som i undervisningssammenheng har hatt god nytte av SoMe under covid-19 pandemien, og som mener at dette er kommet for å bli. Covid-19 pandemien har påvirket atferden til folk, men ikke nødvendigvis pga. økt bruk av SoMe, mer som en konsekvens av at samfunnet har vært nedstengt, med karantenerogler for å hindre

smitte. Siden min undersøkelse kun har vært å få inn en meningsmåling om positive og negative konsekvenser, så er det vanskelig å vite hvorfor 20 % mener at SoMe er negativt akkurat for dem.

Mange har mistet fysisk kontakt med andre i covid-19 pandemien. Ca 30 % rapporterer at de har mistet kontakt med kjente. Hvilke konsekvenser dette kan ha på sikt er usikkert, men dette kan vise seg ved evt. senere undersøkelse å ha hatt negativ effekt for enkelte.

## 5.1 Begrensninger og videre forskning

Undersøkelsen baserer seg på et utvalg av folk i Norge. Den har et begrenset demografisk utvalg, som kan ha bidratt til å påvirke resultatet fra analysen, da de fleste av respondentene har tilhørighet enten i Nord-Norge eller Trøndelag. I tillegg er det få respondenter i aldergruppen 18-25 år, så flere svar herfra ville kanskje gitt andre resultater, da tall fra undersøkelsen min viser respondenter som er eldre og har høyere utdanning.

## 5.2 Konklusjon

Formålet med denne undersøkelsen var å teste ut problemstillinga: *Har folks bruk av sosiale medier under covid-19 pandemien økt, og har dette hatt negative konsekvenser for den enkelte?*

For å finne ut om dette stemte med virkeligheten, ble det utformet en spørreundersøkelse som ble delt på nett. Undersøkelsen ble delt på flere ulike plattformer og sendt på e-post til kontakter som jeg har. Resultatene var ikke overraskende! Folk bruker mer tid på SoMe enn før bl.a. pga. covid-19 pandemien. Innsamlet data fra undersøkelsen min tyder også på at folk flest ikke mente at den økte bruken var negativ, tvert imot. Det blir spennende å se utfallet av den pågående forskninga som OsloMet jobber med. (OsloMet, u.å). Mange av de samme spørsmålene som jeg stilte har også de tatt med i sin spørreundersøkelse, men selvfølgelig gått mer i dybden som en internasjonal undersøkelse skal gjøre.

## Referanseliste

*Alt om Pinterest* (2022). Tilgjengelig fra: <https://help.pinterest.com/nb/guide/all-about-pinterest> (Hentet 13. mai 2022)

Andreassen, S.A., Pallesen, S. og Griffith, M.D. (2017) The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey, *Addictive Behaviours*, 64, s. 287-293. doi: 10.1016/j.addbeh.2016.03.006

Bjørkelo, K.A. (2021) Chat, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra <https://snl.no/chat> (Hentet 10. mai 2022)

Coursier, V., Francesca, G., Musetti, A. og Schimmenti, A. (2020) Facing Loneliness and Anxiety During the COVID-19 Isolation: The Role of Excessive Social Media Use in a Sample of Italian Adults, *Frontiers in Psychology*, 11(586222), 1-10. doi: 10.3389/fpsy.2020.586222

Busch, T. (2021) *Akademisk skriving*. 2. utg. Bergen : Fagbokforlaget

Ciaunica, A., McEllin, L., Kiverstein, J. *et. al.* (2022) Zoomed out: digital media use and depersonalization experiences during the COVID-19 lockdown, *Scientific Report*, 12, 3888. doi.org/10.1038/s41598-022-07657-8

Enli, G. og Aalen, I. (2021) Facebook, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Facebook> (Hentet 10. mai 2022)

Ervik, A. og Holm, A. (2021) Twitter, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Twitter> (Hentet 10. mai 2022)

Futsæter, K.A. (2021) *Aldri har mediebruken endret seg så dramatisk*. Tilgjengelig fra: <https://www.kantar.no/kantar-tns-innsikt/aldri-har-mediebruken-endret-seg-sa-dramatisk/>. (Hentet 10. mai 2022)



Hartvig Abrahamsen, M. (2021) Snapchat, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Snapchat> (Hentet 10. mai 2022)

Hartvig Abrahamsen, M., Dvergsdal, H. og Askheim, S. (2020) Instagram, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/Instagram> (Hentet 10. mai 2022)

Holm, A. og Ervik, A.: YouTube, *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/YouTube> (Hentet 20. mai 2022)

Ipsos (2022) *Ipsos SoMe-tracker Q1'22*. Tilgjengelig fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q122> (Hentet: 10. mai 2022)

Johannessen, T. (2019) *Gjør sosiale media oss syke*. Tilgjengelig fra: <https://nhi.no/forhelsepersonell/fra-vitenskapen/gjor-sosiale-media-oss-syke/> (Hentet: 10. mai 2022)

Medienorge (2021) Tilgjengelig fra: <https://medienorge.uib.no/statistikk/medium/ikt/412> (Hentet: 10. mai 2022)

OsloMet (u.å.) *Opplevelse av livssituasjon og bruk av sosiale medier i forbindelse med den pågående koronapandemien*. Tilgjengelig fra: <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsgrupper/safe/sosial-distansering-korona> (Hentet: 10. mai 2022)

Rani, M. (2021) *Posting less, posting more, and tired of it all: How the pandemic has changed social media*. Tilgjengelig fra: <https://www.vox.com/recode/22295131/social-media-use-pandemic-covid-19-instagram-tiktok> (Hentet: 10. mai 2022)

Rea, A. *et. al.* (2021) Interplay between social media use, sleep quality, and mental health in youth: A systematic review. Tilgjengelig fra: *Sleep medicine reviews*, 56, 101414. doi.org/10.1016/j.smrv.2020.101414

Reddit (2022). Tilgjengelig fra: <https://no.wikipedia.org/wiki/Reddit> (Hentet 13. mai 2022)

Sosiale medier. (2022) *Store norske leksikon*. Tilgjengelig fra: [https://snl.no/sosiale\\_medier](https://snl.no/sosiale_medier)  
(Hentet: 10. mai 2022)

Støren, K.S. og Rønning, E. (2021): *Livskvalitet i Norge*. Tilgjengelig fra:  
<https://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/levekra/ artikler/livskvalitet-i-norge-2021>  
(Hentet: 10. mai 2022)

TikTok. (2021), *Wikipedia*. Tilgjengelig fra: <https://no.wikipedia.org/wiki/TikTok> (Hentet 13. mai 2022)

Aalen, I. og Iversen, M.H. (2021) *Sosiale medier*. 2. utg. Bergen : Fagbokforlaget

