

Anna Nordblom Gulliksen

Vennskap i en digital kontekst

En kvalitativ studie av unge jenters bruk av sosiale medier i kommunikasjon med venner

Masteroppgave i psykologi - læring - hjerne, atferd, omgivelser
Veileder: Berit Overå Johannesen

Mai 2023

Anna Nordblom Gulliksen

Vennskap i en digital kontekst

En kvalitativ studie av unge jenters bruk av sosiale medier i kommunikasjon med venner

Masteroppgave i psykologi - læring - hjerne, atferd, omgivelser
Veileder: Berit Overå Johannesen
Mai 2023

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet
Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap
Institutt for psykologi



Kunnskap for en bedre verden

Forord

Denne masteroppgaven representerer slutten på fem år som psykologistudent ved NTNU. Siden august 2022 har dette dokumentet blitt åpnet nesten hver dag. Nå ni måneder senere er oppgaven endelig ferdig, og jeg kan senke skuldrene for første gang på lenge. Jeg sitter igjen med ny kunnskap og mange gode opplevelser. Selv om det oppleves fantastisk å være ferdig, kjenner jeg meg også emosjonell med å legge fra meg dette kapittelet i livet.

Det er mange jeg vil takke for at jeg har klart å ferdigstille denne oppgaven. Først og fremst tusen takk til de videregående skolene som lot meg gjennomføre studien min hos dem. Spesielt takk til alle de 32 jentene som ville dele sine erfaringer med meg. Dere har ikke bare hjulpet meg med å samle data, men også bidratt til å skape en bedre forståelse rundt et viktig tema i dagens samfunn. Videre vil jeg rette en stor takk til Berit Overå Johannesen for fantastisk veiledning. Du har gitt meg god hjelp, viktige innspill, konstruktiv kritikk og ikke minst motivasjon. Jeg setter enormt stor pris på all tiden du har lagt i prosjektet mitt.

Jeg vil også takke mine fantastiske studievenninner. Oppmuntrende pauser sammen med dere har gjort lesedagen overkommelig. All støtten vi har gitt hverandre har gjort veien til mål mye enklere. Tusen takk, verdens beste heiajeng!

Til slutt vil jeg takke kjæreste og familie som har gitt meg trygghet og støtte i en hektisk og utfordrende masterhverdag. Jeg hadde ikke klart meg uten dere! Mamma, pappa og lillebror takk for at dere har tatt telefonen hver gang jeg har ringt. Selv om samtalen ofte har startet med klaging har dere alltid fått meg til å legge på med et smil. Arnstein, tusen takk for all kjærlighet og trygghet du har gitt meg. Ettermiddagene med deg har vært lyspunktet i denne krevende perioden.

Oppgaven følger APA-stil 7.versjon. Nå gjenstår det bare å si: God lesing!

Trondheim, mai 2023

Anna Nordblom Gulliksen

Sammendrag

Denne masteroppgaven har som formål å undersøke hvordan unge jenter bruker sosiale medier, både alene og i kommunikasjon med venner. Oppgaven vil forsøke å besvare problemstillingen: «*Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og venns­kapsrelasjonene til unge norske jenter?*» med følgende forskningsspørsmål: «*Hvordan beskriver unge jenter sin daglige bruk av smarttelefon?*» «*Hvordan inngår kommunikasjon og samvær med venner i daglige rutiner?*» «*Hvordan beskriver norske unge jenter kommunikasjonen med venner på sosiale medier?*» Jeg har gjennomført åtte fokusgruppeintervjuer ved tre ulike videregående skoler, to i Midt-Norge og en i Sør-Norge. Totalt deltok det 32 jenter fra VG1, VG2 og VG3 fra psykologi og medie og kommunikasjonsklasser. For å analysere dataene tok jeg i bruk tematisk analyse. Analysen resulterte i fire hovedtemaer som alle representerer gjennomgående tendenser i datamaterialet: «*Mediehverdag,*» «*den digitale kommunikasjon,*» «*regulering*» og «*å snakke om seg selv og andre på sosiale medier.*»

Funnene belyser at jentene har et stort behov for å være tilgjengelig på sosiale medier i løpet av dagen. Sosiale medier er det første de sjekker når de våkner, og det siste de oppdaterer seg på før de legger seg. Gjennomsnittlig bruk er hele syv timer daglig. Det meste av samværet og kommunikasjonen disse jentene har med hverandre er digital over sosiale medier. Utenom sosiale medier, er skolen den primære arenaen for sosiale sammenkomster. Jentene opplever den digitale kommunikasjonen som effektiv. De kan enkelt få kontakt med flere venner på en gang, uten å måtte fysisk oppsøke hverandre. De aller fleste sosiale sammenkomster planlegges på sosiale medier. Ifølge jentene risikerer de å havne på utsiden av de sosiale fellesskapene dersom de ikke har brukerkonto på minst ett sosialt medie.

Nøkkelord: *Sosiale medier, venns­kapsrelasjoner, identitet, mediebruk, unge jenter, videregående skole*

Abstract

The purpose of this master`s thesis is to look into how young girls use social media, both alone and in communication with friends. This assignment will attempt to answer the question: *“How does the use of social media affect the everyday life and friendship of young Norwegian girls?”* with the following research question: *«How do young girls describe their daily use of smartphones?”* *“How is communication implemented in daily routines and social life among friends?”* *“How do young Norwegian girls describe communication with friends on social media?”* I have conducted eight focus groups interviews at three different upper secondary schools, two from central Norway and one from southern Norway. A total of 32 girls from “psychology” and “media and communication” classes participated. To analyze the data, I have used thematic analysis. The analysis resulted in four main themes, which all represent consistent trends in the data material: “Everyday media use” “digital communication” “regulation” and “talking about oneself and others on social media.”

The findings highlight that the girls have a need to be available on social media during all day long. Social media is the first thing they check when they wake up in the morning, and the last thing they update before they go to bed. Average use is seven hours a day. Most of the communication the girls have with each other is digital, on social media. Apart from social media, school is the primary arena for social gatherings. Digital communication is more efficient and makes it easy to get in touch with several friends at once, without having to physically visit each other. The majority of social gatherings are planned on social media. If they don`t have a profile at least on social media, they risk ending up on the outside of the social communities.

Keywords: *social media, friendship, identity, media use, young girls, upper secondary school*

Innholdsfortegnelse

Ordliste over unge jenters vokabular når de snakker om sosiale medier	7
Innledning - Bakgrunn og aktualitet.....	8
Egen opplevelse med sosiale medier	9
Oppgavens fokus og problemstilling.....	9
Oppgavens oppbygging.....	10
Forskningsskontekst.....	11
Sosiale medier	11
Vennskap.....	11
Sosiale medier, vennskap og identitet	13
Teoretiske perspektiver	16
Vennskap.....	16
<i>Hva er vennskap?</i>	16
<i>Vennskap i et filosofisk perspektiv</i>	16
<i>Vennskap i dagens samfunn</i>	17
<i>Sosialt nettverk, sosial støtte og tilhørighet</i>	18
<i>Vennskap og identitet</i>	20
Sosiale medier	22
<i>Hva er sosiale medier?</i>	22
<i>To perspektiver på teknologiens betydning:</i>	23
<i>Teknologiens betingelser for samhandling</i>	25
Metode.....	28
<i>Fokusgruppe som metode</i>	28
<i>Semistrukturert intervju</i>	29
<i>Intervjuguiden</i>	29
<i>Deltakere</i>	30
<i>Utvalgsmetode</i>	30
<i>Rekruttering</i>	31
<i>Gjennomføring av intervju</i>	32
Forskningsetikk	34
<i>Grunnleggende forskningsetiske normer</i>	34
<i>Informert samtykke</i>	34
<i>Anonymitet og konfidensialitet:</i>	34
<i>Potensielle emosjonelle belastninger</i>	35
<i>Gjensidig nytte av prosjektet</i>	36
Indikatorer på kvalitet	36
<i>Validitet og reliabilitet</i>	36
<i>Validitet</i>	36
<i>Reliabilitet</i>	37
<i>Transparens</i>	38

<i>Forskerens posisjon og refleksivitet</i>	38
<i>Generaliserbarhet</i>	40
Analyseprosessen- Tematisk analyse	40
Resultater.....	44
Tema 1: Mediehverdag.....	45
<i>(U)sosiale medier:</i>	45
<i>Mediepreferanser:</i>	48
<i>Mediebruk i skolen:</i>	50
<i>Hverdagsstruktur:</i>	52
Tema 2: Den digitale kommunikasjon	54
<i>Forskjell på online og «offline» kommunikasjon:</i>	55
<i>Digitale vennskap:</i>	57
<i>Sosiale medier som kommunikasjonsmiddel:</i>	58
Tema 3: Regulering	60
<i>Regulering av mediebruk:</i>	61
<i>Regulering av oppmerksomhet:</i>	62
<i>Regulering av jevnaldrende relasjoner:</i>	64
Tema 4: Å snakke om seg selv og andre på sosiale medier	66
<i>Valg av innhold:</i>	66
<i>Valg av medie:</i>	69
<i>Tilbakemeldinger på sosiale medier:</i>	70
<i>Digital identitet:</i>	72
Diskusjon.....	76
Økende bruk av sosiale medier	77
Er det mulig å oppnå høyeste nivå av vennskap over sosiale medier?.....	79
Hvordan kommer sosial støtte til uttrykk på sosiale medier?	81
Identitet i en digital kontekst	82
Teknologiens betingelser for samhandling:	84
Teknologiens sosiale konstruksjon og teknologideterminisme	88
Styrker og begrensinger.....	91
<i>Styrker</i>	91
<i>Begrensninger:</i>	91
Implikasjoner for videre forskning.....	92
Oppsummering og konklusjon	94
Litteraturliste	96
Vedlegg	104

Figurer

Figur 1 Oversikt over hovedtema «Mediehverdag»	45
Figur 2 Oversikt over hovedtema «Den digitale kommunikasjon»	54
Figur 3 Oversikt over hovedtema «Regulering»	61
Figur 4 Oversikt over hovedtema «Å snakke om seg selv og andre på sosiale medier»	66

Tabeller

Tabell 1 Oversikt over deltakernes fiktive navn	30
Tabell 2 Oversikt over hovedtema med tilhørende undertemaer	44

Ordliste over unge jenters vokabular når de snakker om sosiale medier

Ordliste over unge jenters vokabular når de snakker om sosiale medier og beskrivelse av de sosiale mediene som nevnes mest i oppgaven

Vlogger	Videoer på sosiale medium som ofte er laget av brukeren selv der de forteller om hendelser fra hverdagen.
Privatbruker	Ofte konto nummer to på et sosialt medie. Gjerne med et lite antall publikum. Ofte preget av mye useriøst innhold.
Halfswipe	Teknikk på Snapchat som gjør det mulig å lese en chat uten at avsender får beskjed om at meldingen er lest. Dette gjør det enklere å svare ved en senere anledning, men allikevel lese meldingen.
Streaks	Tallfesting av antall dager du og en venn gjensidig har utvekslet snapper frem og tilbake til hverandre på Snapchat. Visualiseres med tall, og en flamme. Dersom det ikke utveksles snapchat innen 24 timer vil tallfestingen forsvinne.
Reade	Lese en venns melding uten å respondere. Avsender ser at mottaker har åpnet og lest meldingen. Avsender kan oppleve dette som frekt.
Reels	Korte videosnutter som konsumeres og publiseres på Instagram. Ofte veldig like TikTok videoer.
Tagge	Markere andre brukerkontoer på innhold man selv deler, eller konsumerer. Dette gjør det enkelt for andre å enten finne innholdet man er tagget i, eller besøke andre profiler.
Instagram	Et sosialt medie som gir mulighet til å lage en profil der brukeren deler bilder og videoer med et større publikum. Profilen kan enten være låst eller offentlig. Tjenesten legger til rette for å gi hverandre tilbakemeldinger på innholdet som deles. Instagram blir ofte referert til som «insta» av mine deltakere.
Snapchat	Et sosialt medie hvor man kan dele bilder, videoer og chatter, også kalt snaps med andre kontakter. Snapsene som sendes til hverandre er bare synlig i en kort tidsperiode før de forsvinner. Snapchat blir ofte referert til som «snap» av mine deltakere.
TikTok	Et relativt nytt sosialt medie der man oppretter en profil som gjør det mulig å konsumere eller dele korte videosnutter. I likhet med Instagram kan profilen enten være låst eller offentlig.
Discord	Discord er en chatteplattform hvor man enten kan chatte privat en-til-en, eller i større grupper. Dette sosiale mediet er spesielt populært blant gamere.

Innledning - Bakgrunn og aktualitet

Ungdomsårene handler i stor grad om å løse utfordringer knyttet til å etablere og opprettholde vennskapsrelasjoner med jevnaldrende (Nesi et al, 2018). Overgangen fra barn til voksen innebærer stadig hyppigere og mer intime interaksjoner med andre (Nesi et al, 2018). Den teknologiske utviklingen som preger vår tid og vårt samfunn har ført til at våre sosiale liv i stor grad foregår digitalt, eller støttes av ulike nettverkstjenester og digitale funksjoner. Dette gjelder både ungdom og voksne.

Ifølge ferske rapporter bruker jenter mer tid på sosiale medier enn gutter, da gutter foretrekker online gaming (Hjetland et al., 2022). Denne oppgaven vil se på jenters bruk av sosiale medier. Som ungdom flest har unge jenter kontinuerlig tilgang til internett. Smarttelefon, og sosiale medier står sentralt i deres interaksjon med venner og jevnaldrende. Blant jenter og unge kvinner i alderen 16-24 år bruker 98 prosent sosiale medier (Statistisk sentralbyrå, 2023). I 2016 var gjennomsnittlig bruk mellom to til fire timer daglig, og tendensen var at tiden de bruker er økende (Bakken et al., 2016, s. 71). Det er rimelig å anta at den økte bruken av sosiale medier medfører en endring i hvordan jenter omgås og skaper interaksjon med hverandre i hverdagen. Det holder derfor ikke bare å se på mengden tid brukt, vi må også studere hvordan de bruker sosiale medier i det daglige.

Ungdomsårene står sentralt i menneskers identitetsutvikling. Identitet er ikke bare en personlig prosess, den er også sosial. Den utvikles i samhandling med andre. I og med at sosiale medier opptar en stor del av hverdagen til unge mennesker, er sosiale medier også et viktig element i identitetsprosessen. Sosiale medier legger til rette for selektiv selvpresentasjon ved at ungdom kan legge ut fotografier og tekster som gjenspeiler deres spirende identiteter. Dagens ungdom blir ikke styrt av tradisjoner i samme grad som tidligere, men har større frihet når det gjelder utvikling av individuelle identiteter. Samtidig blir normene for hvordan man bør være, og hvordan man bør fremstå, strengere og mer preget av

de sosiale mediens indre justis. Ungdom i dag bringer mange av de tradisjonelle utviklingsoppgavene inn i ulike internettfora som påvirker hvordan de utvikler seg selv, både alene og i samhandling med andre (Subrahmanyam et al., 2006).

Egen opplevelse med sosiale medier

Selv er jeg 24 år og aktiv bruker av ulike sosiale medier. 16 år gammel opprettet jeg en Facebook konto, og siden har jeg lastet ned de fleste sosiale mediene på markedet. Mye av kommunikasjonen jeg har med venner foregår over sosiale medier, og så lenge jeg kan huske har vi avtalt sosiale sammenkomster over Facebook og Snapchat. Personlig er jeg spesielt glad i Instagram og Snapchat, og i det siste har jeg også brukt mye tid på TikTok. De siste årene har jeg opplevd at sosiale medier har fått en altfor dominerende rolle i livet mitt. Både mine venninner og jeg kan ofte tenke om egne opplevelser at «dersom det ikke har vært på Instagram, har det ikke skjedd.» En slik tankegang gjør at vi bruker mye tid på å dokumentere alt vi gjør sammen og glemmer å fokusere på det som faktisk skjer. Den ambivalensen jeg opplever knyttet til egen mediebruk, er en del av motivasjonen for å se nærmere på den digitale konteksten som unge jenter samhandler innenfor, og hvilken betydning sosiale medier har i unges hverdagsrelasjoner og vennskapsforhold.

Oppgavens fokus og problemstilling

I mediebildet er det for tiden mye snakk om psykisk helse og ensomhet blant unge jenter (Egge & Aabakken, 2022). Befolkningsundersøkelser har indikert en sammenheng mellom en økning i psykiske lidelser blant ungdom og økende bruk av sosiale medier (Brattøy et al., 2019). En fersk internasjonal studie argumenterer for at det nå er dokumentert at bruk av sosiale medier er en årsak til veksten av psykiske helseplager blant unge jenter (Twenge et al., 2022). Studien påpeker at fremtidig forskning bør undersøke hvordan sosiale medier endrer den kollektive dynamikken i den interaksjonen sosiale medier gir.

Denne studien er derfor gjennomført med et ønske om å bidra til økt kunnskap om hvordan den digitale konteksten som preger unge jenters hverdagsliv danner rammer for, og påvirker deres vennerelasjoner. Problemstillingen som oppgaven forsøker å besvare er: «Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennsrelasjonene til unge norske jenter?» med følgende tre forskningsspørsmål:

- Hvordan beskriver unge jenter sin daglige bruk av smarttelefon?
- Hvordan inngår kommunikasjon og samvær med venner i daglige rutiner?
- Hvordan beskriver norske unge jenter kommunikasjon med venner på sosiale medier?

Oppgavens oppbygging

Oppgaven starter med en introduksjon av forskningskontekst, før jeg belyser temaene vennskap og sosiale medier hver for seg. Videre vil jeg redegjøre for oppgavens metodiske grunnlag, før jeg presenterer resultater og diskusjonsdel. Til slutt oppsummerer jeg funnene og gir implikasjoner for videre forskning.

Forskningskontekst

Sosiale medier

I dag finnes det mye statistikk og mange tidsbruksundersøkelser på norsk ungdoms bruk av skjerm. Fra 2014 til 2018 økte andelen 9-11 åringer som eier egen smarttelefon fra 67 til 87 prosent (Medietilsynet, 2018). I aldersgruppen 12-14 år vises også en økning. Der har prosentandelen steget fra 90 til 97 prosent (Medietilsynet, 2018). Når det gjelder ungdom i 15-16 års alderen, viser undersøkelser fra «Barn og medie» at bortimot alle eier egen smarttelefon (Medietilsynet, 2018). En undersøkelse utført av Ungdata i 2016, angir at omtrent halvparten av ungdommer bruker et sted mellom to til fire timer på skjerm utenom skoletiden hver dag (Bakken et al., 2016). Nyere tall fra velferdsforskningsinstituttet dokumenterer at opptil 76 prosent av ungdom bruker skjerm minst tre timer daglig utenfor skoletiden (Eriksen, 2021).

Youtube ser ut til å være det mest attraktive sosiale mediet blant unge, da hele 95 prosent i aldersgruppen 9-18 år har en brukerkonto (Medietilsynet, 2020). Videre er 80 prosent i samme aldergruppe brukere av appen Snapchat (Medietilsynet, 2020). Når det gjelder Instagram og TikTok, ser vi at prosentandelen er noe lavere, med 65 prosent (Medietilsynet, 2020). Facebook som er et av de eldste sosiale mediene ser ut til å være minst populært, da det kun er 51 prosent av 9-18 åringer som bruker denne appen (Medietilsynet, 2020).

Vennskap

Når det gjelder vennskap ble det i 2001 utført en internasjonal undersøkelse om sosiale nettverk i 21 ulike land (Barstad, 2009). Spørsmål som ble dekket i undersøkelsen var blant annet om antall nære venner informantene hadde, og hvor ofte de besøkte vennene sine (Barstad, 2009). Resultater fra undersøkelsen viste at befolkningen i Norge var den med høyst

antall nære venner (Barstad, 2009). Det ble også rapportert at det kun er en av ti som ikke har noen gode venner på stedet de er bosatt (Barstad, 2009).

En norsk studie fra 2002 som så på vennsforhold blant ungdommer, viste at jenter har flere faste og stabile vennsforhold i jevnaldersmiljøet enn hva gutter har (Bakken & Øia, 2002). Derimot fremhever en nyere rapport fra Ungdata at vennsforhold blant jenter har endret seg fra 2010 til 2016 (Ungdata, 2016). I løpet av årene har andelen jenter som mangler en fortrolig venn økt med 12 prosent (Ungdata, 2016). Rapporten fremhever også at jenter i økende grad kjenner på ensomhet, mobbing og redusert skoletrivsel (Ungdata, 2016). Nyere tall fra 2022 viser derimot at de aller fleste tenåringer har venner å være sammen med (Bakken, s. 12, 2022). Mer presist så har 88% av tenåringer en fortrolig venn de kan stole på, og snakke med.

Selv om vi har relativt god oversikt over både ungdoms mediebruk og deres sosiale nettverk, finnes det lite kvalitativ forskning som tar for seg forholdet mellom sosiale medier og vennsrelasjoner. Dessuten er mye av den eksisterende forskningen på temaene utført kvantitativt basert på spørreskjemaer (Barstad, 2009; Clarke, 2009). Denne oppgaven er derfor gjennomført med et ønske om å fylle dette forskningshullet, og ser på hvordan sosiale medier og ny teknologi virker inn på ungdoms vennsrelasjoner.

Amerikansk forskning er ikke direkte overførbart til norske forhold, men det er allikevel interessant å se på funn fra slik forskning om bruken av sosiale nettverkstjenester og ungdomsvennskap. Det er vist at ungdom bruker sosiale nettverkstjenester for å styrke og opprettholde sine «offline» vennsforhold (Subrahmanyam & Greenfield, 2008). Tall fra 2007 viser at 91 prosent av tenåringer bruker sosiale medier for å holde kontakt med venner de ser regelmessig, og 82% for å holde kontakt med venner de ser sjeldnere (Lenhart et al., 2007).

Innenfor det norske forskningsfeltet viser en rapport fra Ungdata at ungdom i dag er mer ute sammen med venner enn hva de var før (Bakken, s.12, 2022). Forsker Anders Bakken mener tilgjengeligheten av sosiale medier er årsaken (Sørensen & Sagen, 2022). Tidlig på 2000-tallet var det kun mulighet for å bruke mobiltelefon og sosiale medier hjemmefra, noe som gjorde at ungdom måtte velge mellom å være hjemme for å surfe på telefon eller ute med venner. I dag har teknologien kommet så langt at det er mulig å ha med seg telefonen overalt, med konstant tilgang til kommunikasjon over sosiale medier (Sørensen & Sagen, 2022). På denne måten har ungdom mulighet til å være mer ute sammen, samtidig som de kan «surfe» på telefon.

En jentegjeng fra åttendeklasse i Ålesund er med på å bekrefte deler av teorien til Bakken. De fortalte at de møtes flere ganger i uken, men aldri unnlater å ha med mobiltelefonen (Sørensen & Sagen, 2022). Derimot hevdet jentene at de hadde truffet hverandre like ofte selv om mobilen ikke kunne vært med, men at uten mulighet for å tekste andre hadde det vært vanskelig å få med seg flere venner i de sosiale sammenkomstene. De mente at det beste med mobilen og sosiale medier er at de kan kommunisere sammen, og la til at de bruker mye tid på det sosiale mediet TikTok når de er samlet (Sørensen & Sagen, 2022).

Sosiale medier, vennskap og identitet

Sosiale medier stiller nye krav til kommunikasjon og selvpresentasjon. En norsk kvalitativ studie så på hvordan 14 år gamle ungdommer håndterer problemstillinger knyttet til hvem de er, og hvordan de fremstår når de deler bilder på Instagram (Hilmarsen & Arnseth, 2017). Studien sitt hovedfokus var rettet mot hvordan innhold som publiseres gir innsikt i hvordan unge jenter og gutter utøver sin identitet i digital samhandling med andre (Hilmarsen & Arnseth, 2017). Resultatene viste at ungdommene primært publiserte positive bilder knyttet til livsstil, hobbyer, verdier og interesser (Hilmarsen & Arnseth, 2017). Innholdet de delte var

med på å gi en indikasjon på hvem de er, og hvem de er i relasjon til vennene sine (Hilmarsen & Arnseth, 2017).

Hvordan, og hvor ofte, de delte bilder ble påvirket av hvilke venner og vennekretser de var en del av. Majoriteten av jentene i undersøkelsen hadde to profiler på Instagram, en offentlig og en privat (Hilmarsen & Arnseth, 2017). De tilpasset innholdet de delte ut ifra hvilken profil de brukte. Bildene de postet på den offentlige profilen måtte være «perfekte» for å vise den absolutt beste versjonen av seg selv. Derimot på den private profilen var det ikke like nøye hvilke bilder som ble publisert siden publikummet var begrenset. På denne måten tilpasset jentene innhold de delte etter publikum.

Deltakerne i undersøkelsen fortalte også at responser på innholdet de delte hadde stor betydning for hvordan de oppfattet, og vurderte seg selv (Hilmarsen & Arnseth, 2017). Positive responser i form av likerklipp og kommentarer utgjorde en type aksept. På den andre siden førte manglende tilbakemelding til usikkerhet, og negativ selvoppfatning for mange.

Når det gjelder TikTok så en internasjonal studie på hvordan tiktokere i Hong Kong brukte videodelingsplattformen til å utøve sin kollektive hongkonger identitet (Darvin, 2022). Studien anvendte en multimodal diskursanalyse på forskjellige TikTok profiler. Analysen avdekket gjennomgående metoder som tiktokbrukerne anvendte for å skape en hongkonger identitet på profilen sin (Darvin, 2022). Metodene innebar å feste alle videoene som har Hong Kong relatert innhold øverst på profilen rett under biografien sin. Dette gjorde at det første følgerne deres så var Hong Kong relatert innhold. I tillegg hadde videoene bilder av Hong Kong som forside, og overskriftene inneholdt bestandig «Hong Kong» (Darvin, 2022). Eksempelvis «Daily life in Hong Kong,» «Good morning Hong Kong» og «Hong Kong rush hour» (Darvin, 2022). På denne måten fremmet de Hong Kong identitet gjennom språklige og visuelle former i TikTok videoene.

I Norge er det også forsket på TikTok. En relativt ny studie belyste hvordan kjønnsidentitet kom til uttrykk på TikTok (Furunes, 2021). Studien baserte seg på en diskursiv analyse av syv ungdommer som bruker TikTok aktivt (Furunes, 2021). Resultater fra analysen avdekket at spesifikke praksiser tilhører bestemte kjønn på TikTok. Deltakerne fremhevet at jenter primært postet innhold som baserer seg på korte danseopptredener, enten alene eller med venninner, mens gutter videreformidlet lek igjennom regelbrudd og rampestreker (Furunes, 2021). På denne måten er TikTok med på å skape fremstillingen av kjønn, og tegner et bilde av hvordan det forventes at gutter og jenter skal opptre på det sosiale mediet.

Teoretiske perspektiver

I det følgende vil jeg presentere begrepsavklaringer og teoretiske perspektiver på områdene vennskap og sosiale medier.

Vennskap

Hva er vennskap?

Vennskap faller under paraplybegrepet sosiale relasjoner, og skapes og endres innenfor større sosiale fellesskap. Fenomenet må dermed forstås i kontekst av samfunnsmessige, kulturelle og sosiale rammer (Ulset, 2016). Hvis vi allikevel skal søke etter en allmenn forståelse av fenomenet, er det noen kvaliteter som fremstår som grunnleggende på tvers av ulike definisjoner. Sympati, empati, intimitet, tillit og gjensidighet i form av et likeverdig gi og ta forhold, utpeker seg som elementære verdier som må være til stede for å omtale noe som et vennskap (Kaland, 2006; Button, 1979). I denne delen vil jeg først presentere et filosofisk perspektiv på vennskap, før jeg tar utgangspunkt i en psykologisk orientert definisjon.

Vennskap i et filosofisk perspektiv

Helt tilbake til antikkens tidsperiode har begrepet vennskap vært i bruk. I boken «Den nikomakiske etikk» beskriver Aristoteles tre ulike former for vennskap basert på nytte, nytelse og dyd (Barstad, 2009, s. 69). Ifølge han er dydsvennskapet det sanne vennskap (Barstad, 2009, s. 69). Kjernen i dette vennskapet er at vennen blir verdsatt for hans eller hennes egen skyld, med betingelsesløs omsorg og engasjement for hverandre (Rawlins, 2009, s. 5). Aristoteles pekte også på viktigheten av å kjenne hele hverandres personlighet for å kunne oppnå dydsvennskap (Kaliarnta, 2016). Vennskapet baserer seg primært på et ønske om å gjøre gode ting for vennen sin (Aristoteles, 1925, s. 196). Ekte dyadisk vennskap handler for Aristoteles om gjensidig «well-wishing» (Rawlins, 2009, s. 5).

I et nytte og nytelsesvennskap, søkes det derimot å oppnå noe utover vennskapet i seg selv (Aristoteles, 1925, s. 195). Her reduseres handling for den andres skyld, til handling for

egen skyld. Det innebærer at hensyn til den andres gode omfatter ting som forventes å føre til egen fordel (Bonaunet, 2008, s.4). Det vil si at vennen bare tar hensyn til den andre så lenge denne andre er i stand til å gi noe tilbake. I motsetning til dydsvennskapet, hvor betingelsesløs omsorg er grunnmuren, vil omsorg i et nytte og nytelsesvennskap komme med betingelser.

I dag retter moderne filosofer bekymring til om «online» vennskap kan oppnå høyeste nivå av dydsvennskap. De hevder at vennskap over sosiale medier er en dårlig erstatning for vennskap der man rent fysisk tilbringer tid sammen (Kaliarnta, 2016). Filosofene peker på tre årsaker til hvorfor et fullverdig dydsvennskap ikke kan blomstre over internett (Kaliarnta 2016):

- 1) Den selektive måten vi presenterer oss på «online» kan mangle viktige elementer av vår karakter eller personlighet. Dette fører til at vi ikke blir kjent med hele vår venns karakter. Mangel på kjennskap til hverandre hindrer et fullkomment dydsvennskap.
- 2) Fraværet av mellommenneskelige signaler i kommunikasjon over internett fører til misforståelser og tap av viktige ledetråder. Dette kan medføre manglende engasjement for nettvennen.
- 3) De retter en skepsis til måten internett, og spesielt sosiale medier har en tendens til å forme og forenkle hvordan vi samhandler og forholder oss til hverandre. Det anses som urovekkende spesielt fordi unge mennesker kan være tilfreds med den forenklede kontakten sosiale medier skaper.

Samlet kan disse tre grunnene være med på å lede unge mennesker bort fra å utvikle et vennskap som samsvarer med Aristoteles idealer (Kaliarnta, 2016). Det må poengteres at denne skepsisen er rettet mot vennskap som kun formes og opprettholdes over internett.

Vennskap i dagens samfunn

I denne oppgaven ønsker jeg også å forholde meg til vennskap ut ifra et psykologisk perspektiv, derfor har jeg valgt psykolog Stephen von Tetzschner sin definisjon av begrepet.

Han definerer vennskap som en horisontal relasjon, som kjennetegner et sterkt emosjonelt bånd (Tetzschner, 2012, s. 590). Gjennom vennskap utvikler ungdom sosiale ferdigheter som blant annet sosial forståelse og kompetanse, samtidig som de lærer å snakke om seg selv og andre. Evnen til å kunne utvikle reelle og gjensidige vennskap ser ut til å være en grunnmur for sosialt samspill senere i livet, og det er derfor viktig å danne gode vennskapsforhold i oppveksten (Kaland, 2006).

I ungdomsårene kan vennskap oppleves som den viktigste, men også mest skjøre relasjonen (Tetzschner, 2012, s. 592). Ettersom oppgaven ser på vennerelasjoner i jenters ungdomsår, er det vennskap i denne aldersgruppen hovedfokuset vil ligge på. Blant unge jenter er vennskap mer preget av intimitet, nærhet, emosjonelt fellesskap og personlig temaer fremfor lek som står sterkt i barndommen. Jenter peker på venner som kilde til emosjonell og intim støtte (Packer, 2021, s. 390).

Vennskap blir ofte mer stabile jo eldre en blir, og ungdommer blir mer selektive enn barn på hvem de omtaler som sine nære venner (Tetzschner, 2012, s. 592). Samtidig ser det også ut til at venner blir valgt på bakgrunn av sosial seleksjon. Det vil si at ungdom velger venner som er mer like seg selv, og bortselekerer de som er mindre like. Dette gjelder selvfølgelig ikke alle vennskap, da mange også trives i vennskapsrelasjoner der man er forskjellig fra den andre parten. Den neste delen av vennskapskapittelet vil se på vennskapsrelasjon under et sosialt nettverk, med fokus på sosial støtte.

Sosialt nettverk, sosial støtte og tilhørighet

Vennskap er en av flere relasjoner som faller innunder et individs sosiale nettverk. Et sosialt nettverk refererer til de sosiale interaksjoner, og nære relasjoner som mennesket tar del i (Bøttinger, 2020, s. 8). Noe av det viktigste et sosialt nettverk kan tilby er sosial støtte (Berkman & Glass, 2000, s.145). «Sosial støtte er et sosialpsykologisk begrep, og omhandler individets opplevelse av, eller forventning om å motta sosial støtte fra andre» (Kvello, 2006,

s. 21). I begrepet inkluderes basale behov som intimitet, sosial tilhørighet og verdsetting (Kvello, 2006, s. 21). Dette kan være utbytter man får ved å være i en interaksjon med andre, for eksempel utbytter man får av en venn i et vennskapsforhold. Videre skal vi se på ulike former for sosial støtte.

Berkman og Glass (2000) deler sosial støtte inn i flere undertyper som inkluderer emosjonell, instrumentell, bekreftende og informerende støtte (Berkman & Glass, 2000). Emosjonell støtte referer til mengden kjærlighet, omsorg, sympati og forståelse som mottas og gis til andre. Denne type støtte utveksles som oftest med en intim annen som for eksempel en nær venn, søsken eller forelder (Berkman & Glass, 2000, s. 145). Den neste formen for støtte er instrumentell. Instrumentell støtte kan sees på som den mest konkrete formen for støtte og omfatter praktisk og økonomisk hjelp (Berkman & Glass, 2000, s. 145). I en vennskapsrelasjon kan dette innebære å gjøre tjenester for hverandre.

Videre har vi bekreftende og informerende støtte. Bekreftende støtte kan komme i form av tilbakemeldinger, ofte i sosiale sammenligninger. I tillegg kan det innebære å hjelpe til med å ta riktige valg i forskjellige situasjoner (Berkman & Glass, 2000, s. 145). Denne formen for støtte står ofte sterkt i et vennskapsforhold. Til slutt har vi informerende støtte som er relatert til rådgivning når det oppleves personlige eller sosiale utfordringer (Berkman & Glass, 2000, s. 145). De fleste vil trolig oppleve både sosiale og personlige utfordringer i løpet av livet, da kan det være godt å motta støtte fra en venn.

Alle undertyper av sosial støtte som Berkman og Glass presenterer kan anses som viktig i et vennskapsforhold. De mener sosial støtte er transaksjonell, i den form at sosial støtte baserer seg på gjensidighet. En av de elementære kvalitetene som må ligge til grunn i vennskap er som nevnt innledningsvis gjensidighet (Kaland, 2006; Button, 1979). Det er derfor like viktig å gi sosial støtte, som å motta sosial støtte i et vennskapsforhold (Kaland, 2006; Button, 1979).

Selv om det kan virke intuitivt at større sosiale nettverk gir mer sosial støtte, behøver ikke det å være tilfellet. Mye handler om kvaliteten på det sosiale nettverket, og kvaliteten på den sosiale støtten som utveksles. Man kan ha få, men sterke sosiale relasjoner som gir høy grad av sosial støtte, samtidig som man kan ha mange sosiale relasjoner som separat gir lite sosial støtte. Det er dermed ikke antall sosiale bånd som påvirker mengden og kvaliteten på den sosiale støtten man mottar, men heller kvaliteten av de eksisterende relasjonene.

Sosial støtte er beslektet med tilhørighet som kan sees på som et av individets fundamentale behov (Baumeister & Lary, 1995). Betydningen av relasjoner til jevnaldrende i ungdomsårene er et viktig aspekt i det å føle tilhørighet (Dolmen, 2004). Gjennom ulike vennsapsrelasjoner kan ungdom kjenne på følelsen av å være del av et større fellesskap og en sosial kontekst for selvidentifikasjon. Mennesker er avhengig av å føle tilhørighet med mennesker som bekrefter vår identitet (Gullestad, 2022).

Vennskap og identitet

Begrepet identitet stammer fra det latinske ordet «idem» som betyr «det samme» (Buckingham, 2008, s. 1). Dette kan virke paradoksalt siden identitet gjerne defineres som noe unikt for hvert enkelt individ, og dermed skiller mennesker fra hverandre. Denne unike delen av identiteten kalles personlig identitet (Jørgensen 2008, s.38). Personlig identitet referer til særegne kjennetegn, egenskaper, ferdigheter, karakteristikk og gjennomgående atferdsmønstre ved et individ (Jørgensen, 2008, s. 38).

Samtidig innebærer identitet også et forhold til en større kollektiv eller sosial gruppe, eksempelvis nasjonal identitet, kjønnsidentitet eller kulturell identitet (Buckingham, 2008, s. Det er først her begrepets latinske opprinnelse «det samme» gir mening. Begrepets kollektive og sosiale betydning defineres som sosial identitet, og er en forutsetning for den personlige identiteten. I denne sammenheng står vennskap i ungdomsårene sentralt (Tetzschner, 2012).

Erik Homburger Erikson snakker om utvikling av identitet i ungdomsårene. Den tyske psykologen ser på identitetsutvikling som en sosial prosess, da han hevder at sosiale interaksjoner og miljømessige faktorer har betydning for individets utvikling (Packer, 2021, s. 6-7). Han er kjent for sin psykososiale teori som i detalj tar for seg menneskets utviklingsstadier fra fødsel til død (Erikson, 1993). Totalt omfatter teorien åtte stadier. I hvert stadie opptrer en psykososial krise som individet skal forsøke å løse (Erikson, 1993). Utfallet av krisene kan ha et positivt eller negativt utfall for personlig utvikling. Denne oppgaven forsker på unge jenter i alderen 16-18 år, derfor vil jeg belyse hva Erikson sier om livets femte stadie, identitet versus identitetsforvirring. Dette stadiet faller innenfor ungdomsårene.

I følge Erikson handler identitetsstadiet om å utforske hvem vi er, hvilken plass vi har i livet og hvilke roller vi har i ulike sosiale situasjoner (Erikson, 1968, s. 149). Han sammenligner identitetsdannelse med et maleri som gradvis tar form i løpet av barndommen og ungdomsårene (Erikson, 1968, s. 156). Stadiets ønskede utfall er positiv identitetsutvikling. Det å komme i balanse med seg selv, bli trygg på den man er og finne sine roller i livet er nøkkelen til å utvikle en positiv identitet (Erikson, 1968, s. 156). Erikson poengterer at dette er en utfordrende oppgave som er vanskelig å lykkes med (Erikson, 1968, s.156). Dersom individet sliter med å erkjenne den man er, og ikke finner sin plass i livet, kan det fremkalle latent angst og føre til identitetsforvirring (Erikson, 1968, s. 156).

I denne oppgaven vil jeg i likhet med Erikson se på identitetsutvikling som en sosial prosess der identiteter defineres sosialt gjennom ulike former for deltakelse i samfunnet og i relasjoner (Wenger, 2008, s.106). Hvem vi er, og hvordan vi fremstiller oss selv skapes og utvikles i kulturelle, sosiale og kontekstuelle sammenhenger ved at vi tar del i ulike sosiale identiteter. Likevel varierer den måten vi realiserer våre sosiale identiteter på i våre relasjoner til andre, og i den sosiale konteksten vi befinner oss innenfor. Denne variasjonen bidrar til utvikling av den personlige identiteten.

Sosiale medier

Hva er sosiale medier?

I likhet med vennskapsbegrepet er det vanskelig å finne en generell og presis definisjon av sosiale medier. Begrepet overskrider tidligere mediekategoriseringer og forståelser, noe som gjør definisjon og avgrensning mer komplisert (Haugseth, 2013, s. 45). I dag er de fleste medietyper tilgjengelig fra en og samme teknologiske enhet, noe som fører til at de skarpe skillelinjene mellom de ulike medietyper hvikes ut. Sosiale medier er både direkte og flyktige, samtidig som de også er arkiverbare, og søkbare med mulighet for kommunikasjon en-til- en, og en-til-flere (Haugseth, 2013, s. 45).

Etter å ha vurdert ulike definisjoner av sosiale medier, velger jeg å presentere medievider Ida Aalen sin beskrivelse av begrepet i denne oppgaven. Årsaken til dette er at hun gir en grundig definisjon som berører flere sentrale aspekter ved begrepet. Sosiale medier kan ifølge Aalen omtales som sosiale nettverkstjenester (SNS) (Aalen, 2016, s. 19). For å falle inn under betegnelsen SNS må en tjeneste oppfylle følgende kriterier (2016, 2. 20):

- 1) Den enkelte bruker lager en privat eller offentlig profil bestående av innhold som enten er skapt av brukeren selv, systemet eller andre.
- 2) Brukeren har mulighet til å lage lister over koblinger og relasjoner som man har til andre på samme sosiale medie.
- 3) Brukeren har mulighet til å konsumere, produsere og interagere med annet brukergenerert innhold fra koblingene på tjenesten.

Sosiale medier gir dermed brukere mulighet til å legge ut bilder, like, kommentere og sende hverandre innhold. På denne måten er de nettbaserte kommunikasjonstjenestene med på å koble individer sammen innenfor et digitalt nettverk. I denne oppgaven vil jeg bruke begrepene sosiale medier og sosiale nettverkstjenester synonymt.

To perspektiver på teknologiens betydning:

Innledningsvis i dette kapittelet står det presisert at de fleste medietyper er tilgjengelig fra en og samme teknologiske enhet. En slik teknologisk enhet er som oftest en smarttelefon (Salehan & Negabhan, 2013). Tall fra statistisk sentralbyrå viser at 96% av den norske befolkningen eier en smarttelefon (Statistisks sentralbyrå, 2022). Uten smarttelefonen hadde vi ikke hatt mulighet til å bruke sosiale medier, og uten smarttelefonen ville kanskje ikke de sosiale nettverkstjenestene hatt den utbredelsen og det mangfoldet vi nå ser (Salehan & Negabhan, 2013). Smarttelefonen er et resultat av teknologisk utvikling, og utbredelsen av slike telefoner er et uttrykk for at avansert teknologi nå har blitt allemannseie og noe som gjennomsyrrer samfunnet. Dynamikken i forholdet mellom teknologi og organisering av menneskelige relasjoner kommer til uttrykk ved to motstridene perspektiver på teknologiens betydning i samfunnet: teknologideterminisme og «social construction of technology».

Teknologideterminismen er et perspektiv som mener at teknologien er den primære forandringskraften i samfunnet og kan skape varige endringer i sosial praksis (Baltzersen, 2008). Den antar at samfunnets sosiale fremgang utvikler seg på bakgrunn av nye teknologiske oppfinnelser. Andrew Feenberg sin definisjon av teknologideterminisme består av to teser. De fleste varianter av teknologideterminisme tar utgangspunkt i de to tesene (Baltzersen, 2008).

- 1) «Teknologiens egen utvikling er fastlagt på forhånd og kan ikke påvirkes av andre faktorer» (Baltzersen, 2008, s.4).
- 2) «Teknologien er definert som en ytre faktor i forhold til andre samfunnsmessige forhold. Denne ytre faktoren utøver en avgjørende og bestemmende påvirkning på samfunnet» (Baltzersen, 2008, s. 4).

Fra et teknologisk deterministisk perspektiv kan vi se på utviklingen av smarttelefonen som noe som har kommet inn i livene våre, og endret måten vi opererer på i hverdagen. Ikke

bare har den endret hvordan vi kommuniserer med hverandre, den er også blitt et hjelpemiddel til å reise kollektivt, betale regninger, bestille mat, navigere vei, sammen med mye mer (Salehan & Negahban, 2013). Smarttelefonen er med på å forme handlingsfriheten vår på måter som ikke hadde vært mulig uten teknologien. Samfunnet har måttet tilpasses til hvordan vi bruker smarttelefonen, og vi må hele tiden forholde oss til oppdateringer og nye utgaver som blir «prakket» på oss.

En retning som utfordrer teknologideterminismen, er «social construction of technology.» I denne oppgaven vil jeg bruke min egen norske oversettelse av begrepet: «teknologiens sosiale konstruksjon». «Teknologiens sosiale konstruksjon» er en særskilt variant av sosialkonstruktivismen. Det sosialkonstruktivistiske perspektivet innenfor psykologien har sine viktigste røtter i arbeidet til Lev Vygotsky. I følge Vygotsky har mennesket gjennom historien utviklet kulturelle redskaper som vi benytter til ulike formål og former måten vi samhandler og forstår verden på (Säljö, 2006, s. 27-29). I sammenheng med oppgavens tema og de ovennevnte perspektivene kan vi se på smarttelefonen som et slikt kulturelt redskap.

«Teknologiens sosiale konstruksjon» vektlegger at det er sosiale forhold og konteksten som er avgjørende for teknologivalg og utviklingen av teknologien i samfunnet, og ikke nødvendigvis egenskapene ved teknologiens funksjonalitet (Baltzersen, 2008). Dermed utfordrer denne retningen teknologideterminismen fordi den poengterer at teknologien ikke er noe som produseres og «prakkes» på oss uavhengig av samfunnets kontekst, men snarere at teknologien virker i og utvikles i samspill med samfunnet (Baltzersen, 2008). I motsetning til teknologideterminismen, mener derfor «teknologiens sosiale konstruksjon» at smarttelefonen utvikler seg ut ifra brukeres behov og samfunnets fremgang.

Teknologiens betingelser for samhandling

Basert på tallene som er presentert innledningsvis kan vi anta at en god del av kommunikasjonen mellom ungdom foregår via sosiale medier. Videre er det derfor interessant å se nærmere på hvordan kommunikasjonen på sosiale medier skiller seg fra kommunikasjon i tradisjonelle mellommenneskelige miljøer. Tradisjonelle mellommenneskelige miljøer kan defineres som sosiale kontekster som er avhengig av ansikt til ansikt interaksjon, der deltakerne engasjerer seg i toveis informasjonsflyt, med verbale og ikke-verbale signaler (Nesi et al, 2018).

Forskere innenfor det utviklingspsykologiske feltet har undersøkt hvordan egenskapene til unges digitale kommunikasjonsmiljøer skiller seg fra tradisjonelle måter å kommunisere ansikt til ansikt på (Nesi et al., 2018). De har kommet frem til syv trekk ved sosiale medier som er avgjørende for å forstå ungdommers mediebaserte kommunikasjon med jevnaldrende. Disse syv trekkene er: Asynkronitet, permanens, offentlighet, tilgjengelighet, fravær av signaler, kvantifiserbarhet og visualitet (Nesi et al., 2018). Den neste delen vil i korte trekk berøre alle syv punktene.

I skriftlig kommunikasjon på sosiale medier kan det variere fra sekunder til timer mellom hvert svar i en samtale. Slik potensiell *asynkronitet* fører til at man kan delta i flere samtaler «samtidig» på ulike, men også på samme sosiale medie (Nesi et al., 2018). Eksempelvis kan man ha en samtale på Snapchat, samtidig som man kommuniserer med en annen person på Messenger.

Videre har vi trekket *permanens*. De aller fleste sosiale medier lagrer innholdet som brukerne deler, noe som gjør at både tekster og bilder kan være tilgjengelig for alltid. Selv Snapchat som er det sosiale mediet hvor bildene du sender forsvinner etter en gitt tidsperiode, gir ved enkle triks mulighet for permanent lagring (Hansen, 2013). Majoriteten av

smarttelefoner har også skjermdumpfunksjonen som gjør det lett å lagre andres innhold på egen teknologisk enhet.

Når lagring kombineres med at innhold kan deles med mange samtidig ser vi at offentlighet også er et sentralt trekk (Nesi et al., 2018). Offentlighet på sosiale medier referer til at innhold kan deles med et offentlig publikum av jevnaldrende på samme tidspunkt (Nesi et al., 2018). Dersom mottakergruppene ikke avgrenses eller profiler ikke låses, vil hvem som helst kunne se innholdet.

Det neste trekket *tilgjengelighet* handler om at den som bruker sosiale medier som kanal for å kommunisere med andre, kan dele innhold med hvem man vil, uavhengig av geografisk plassering (Nesi et al., 2018). Dette gir en tilgjengelighet som gjør at ungdom kontinuerlig kan opprettholde kontakt med jevnaldrende.

På sosiale medier forsvinner de mellommenneskelige signalene som vokal tone, fysisk berøring, gester og ansiktsuttrykk (Nesi et al., 2018). Det fører oss til neste trekk *fravær av signaler*, som kan resultere i at budskap og meninger mistolkes. Som et digitalt alternativ finnes emojis som kan brukes til å formidle gester og ansiktsuttrykk, og signalisere hvordan kommunikasjonen er ladet. Det er kjent at fravær av mellommenneskelige signaler påvirker hjernen. Forskning viser at positive ansiktsuttrykk og menneskelig berøring fører til utslipp av neurotransmittet oxytocin (Ellingsen et al., 2014). Utslipp av denne transmittersubstansen gir en rekke positive effekter på hjernen, det fører blant annet til økt sosial interesse og forbedrer anerkjennelsen av andres emosjoner (Ellingsen, et al., 2014). Disse elementene kan være betydningsfulle i vennsrelasjoner. Når man kommuniserer skiftelig med hverandre over sosiale medier, er det ikke mulig å se ansiktsuttrykk eller berøre hverandre, og dermed minimeres utslippet av oxytocin. Man kan tenke seg at dette kan føre til mindre sosial interesse og anerkjennelse av andres emosjoner.

Det nest siste trekket er *kvantifiserbarhet*, som handler om at kontakten med andre på sosiale medier blir kvantifisert i form av indikatorer som likerklikk, visninger, delinger og ved at antall følgere og venner vises på de respektive profiler.

Til slutt har vi trekket *visualitet*. I ungdomsperioden er unge jenter svært oppmerksom på eget og andres fysiske utseende. På sosiale medier er det høy grad av offentlig eksponering i form av bilder og videoer. Disse visuelle manifestasjonene blir liggende tilgjengelige over lang tid og ofte eksponert for mange mennesker, og legger slik til rette for utseendebaserte sosiale sammenligninger på sosiale medier (Nesi et al., 2018). De aller fleste sosiale medier har nå innebygde filtre som gjør det mulig å redigere både seg selv, og annet materiale som publiseres (Nesi et al., 2018). Innholdet som deles må dermed forstås på en annen måte enn som en refleksjon av virkeligheten.

Oppsummert ser vi at det er store forskjeller på kommunikasjon ansikt til ansikt og digitalt, og at disse forskjellene kan innebære nye og ukjente problemstillinger for ungdom. Neste del av oppgaven vil ta for seg studiens metodiske grunnlag.

Metode

Utgangspunktet for denne studien var å få innblikk i hvordan unge jenter skaper og opprettholder venns­kaps­relasjoner på sosiale medier. For å få utdypende tilgang til mål­grup­pens betraktninger og meninger rundt temaet anså jeg kvalita­tiv metode som mest hensiktsmessig. Kvalita­tiv metode er rettet mot å forstå individers tanker, meninger og opplevelser, og tar utgangspunkt i et relativt lite antall deltakere (Langdridge, 2007, s. 27).

Fokusgruppe som metode

Som datainnsamlingsmetode valgte jeg fokusgrupper. Fokusgruppe er en form for gruppeintervju som benytter kommunikasjon mellom forskningsdeltakere til å generere data (Tjora, 2017, s. 123). Ideen bak metoden er at gruppeprosessen kan hjelpe mennesker til å utforske og klargjøre deres synspunkter på måter som hadde vært mindre tilgjengelig i et en-til-en intervju (Smith, 2008, s. 186). Antall deltakere i en fokusgruppe kan variere fra 3-12 deltakere (Tjora, 2012, s. 124). Etersom mine grupper bestod av 3-4 deltakere faller det innunder det Krueger (1994) omtaler som mini-fokusgruppe (Tjora, 2012, s. 124). Jeg anså antallet som høyt nok til at ulike betraktninger kunne bli presentert, og samtidig lavt nok til at jentene kunne føle seg trygge til å dele opplevelser med hverandre (Tjora, 2012, s. 124).

Etersom gruppen bestod av deltakere med samme kjønn, alder og interesser kan det regnes som en homogen gruppe. Dette gjorde at jentene kunne identifisere seg med andre medlemmer, noe som kunne bidra til å skape følelsen av tilhørighet i en gruppe. Tilhørighetsfølelse kan igjen gi trygghet, noe som kan bidra til at deltakerne deler mer av sine erfaringer og refleksjoner. Formålet med fokusgruppe som metode var å skape trygge og avslappende intervjurammer, samle mye data på kort tid og legge til rette for at deltakerne kan stimulere diskusjoner med hverandre.

Semistrukturert intervju

Ettersom målet med studien var å få tilgang til unge jenters personlige erfaringer og opplevelser knyttet til bruk av sosiale medier, anså jeg semi-strukturerte fokusgruppesamtaler som mest hensiktsmessig. Semistrukturert intervju kombinerer struktur med fleksibilitet og er en av de mest populære datainnsamlingsmetodene innenfor kvalitativ forskning på psykologifeltet (Smith, 2015, s. 29). Fordelen ved å benytte seg av denne intervjuformen er at den tar utgangspunkt i forhåndsdefinerte spørsmål, samtidig som den gir mulighet til å stille oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuet. På denne måten hadde jeg en intervjuguide å navigere etter, samtidig som jeg hadde mulighet for å stille avklarende og oppfølgende spørsmål der jeg ønsket mer dybde i dataen.

Intervjuguiden

I utarbeidelsen av intervjuguiden tok jeg utgangspunkt i problemstilling: «*Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennsksrelasjonene til unge norske jenter?*» Jeg satt opp tre ulike temaer som jeg ville dekke i samtalen. Temaene var sosiale medier, venner og identitet (Se vedlegg C for full oversikt over intervjuguiden). Under temaet «sosiale medier» ønsket jeg å få innblikk i unge jenters typiske mediehverdag og formulerte derfor spørsmål knyttet til hvilke medier deltakerne bruker mest, og hvordan de bruker mediene i løpet av dagen. De ble også spurt om å anslå hvor mye tid de bruker på sosiale medier daglig. Denne delen av intervjuet fikk navnet «*fokus på typiske hverdager og mediebruk.*»

Neste tema for samtalen fikk tittelen «vennskap.» Her konstruerte jeg spørsmål relatert til vennskap og mediebruk. Målet var å få jentene til å prate om hvilke sosiale medier som er viktigst i kommunikasjon med venner, og hvordan de opprettholder vennsksrelasjoner både i og utenfor det teknologiske nettverket sosiale medier skaper. Siste del av intervjuguiden fikk navnet «identitet på sosiale medier.» Denne bolken var noe kortere enn de to andre, da identitet opptar en mindre del av oppgaven. Her ville jeg undersøke hvilke tanker deltakerne

hadde om identitet på sosiale medier. Spørsmålene var blant annet knyttet til selvpresentasjon på ulike sosiale medier.

Deltakere

Utvalget i studien bestod av 31 kvinnelige elever fra VG1, VG2, og VG3, fordelt i 8 fokusgrupper. Majoriteten av gruppene bestod av fire jenter, unntatt en som bestod av tre. Alle deltakerne var i aldersgruppen 16-18 år. Kriteriene for deltakelse var at deltakerne måtte være jenter fra psykologi eller medie og kommunikasjonsfag. Både medie og kommunikasjon og psykologi er begge relevante fag for oppgavens tema, derfor tenkte jeg at oppgaven kunne vekke interesse og være av faglig relevans for elevene.

Utvalget inkluderte elever fra tre ulike videregående skoler, fra to fylkeskommuner i Midt- og Sør-Norge. Til sammen gjennomførte jeg åtte fokusgruppeintervjuer i løpet av oktober og november 2022. Totalt var det fire grupper fra medie og kommunikasjon VG1, to grupper fra medie og kommunikasjon VG2 og to grupper fra psykologi 2, VG3. Tabellen under viser fordeling av deltakerne. Alle navn er fiktive.

Tabell 1

Oversikt over deltakernes fiktive navn

Intervju 1	Intervju 2	Intervju 3	Intervju 4	Intervju 5	Intervju 6	Intervju 7	Intervju 8
Ane	Elise	Tone	Eva	Mia	Mari	Eline	Kristin
Beate	Frida	Lene	Linn	Hedda	Elin	Tina	Astri
Celine	Gina	Siv	Thea	Alma	Oda	Malene	Andrea
Dina	Hilde	Hanne	Silje		Ellen	Kari	Hege

Utvalgsmetode

Denne studien ønsket å se nærmere på unge jenters bruk av sosiale medier i kommunikasjon med nære venner. Jeg avgrenset utvalget til norske jenter som bruker sosiale

medier og har «psykologi» eller «medie og kommunikasjon» som valgfag. Ettersom jeg gikk etter alder, kjønn og studieretning kan utvalgsmetoden beskrives som strategisk (Thaargaard, 2018). Innenfor rammene av det strategiske var det også et bekvemmelighetsutvalg, siden deltakerne ble valgt ut ifra hvem som frivillig meldte seg (Langdridge, 2006, s.49).

Rekruttering

Rekrutteringsprosessen startet tidlig i august 2022 med at jeg kontaktet syv rektorer fra videregående skoler i Midt-og Sør-Norge som tilbydde fagene «medie og kommunikasjon,» og «psykologi.» Jeg sendte en e-post hvor jeg i korte trekk fortalte hva prosjektet mitt innebar og spurte om tillatelse til å bruke deres skole som en arena til å rekruttere deltakere. I mailen var det vedlagt et informasjonsskriv som var laget spesifikt til skoleledelsen (Se vedlegg B for informasjonsskriv til skoleledelsen). I begynnelsen var det dårlig med respons, noe som førte til at jeg måtte ringe. En omfattende ringeprosess resulterte omsider i at jeg fikk kontakt med rektorer fra tre videregående skoler, to fra Midt-Norge og en fra Sør-Norge. De var positive til prosjektet og ba meg kontakte avdelingsledere for de aktuelle fagene.

Etter samtale med avdelingsledere, ble jeg satt i kontakt med faglærere fra to medie og kommunikasjonsklasser, og to psykologiklasser. Grunnet lærerstreik i dette tidsrommet fikk jeg bare besøkt en medie og kommunikasjonsklasse, VG1 i Midt-Norge før skolene stengte. Jeg ga klassen en kort presentasjon om prosjektet, fortalte hva det innebar for dem å delta, og delte ut informasjonsskriv til de som ønsket (Se vedlegg A for informasjonsskriv til deltakere). Totalt var det 15 jenter som meldte sin interesse, og lærerne fordelte dem i fire grupper. På bakgrunn av lærerstreiken i dette tidsrommet fikk jeg først gjennomført samtalene når streiken var over i slutten av oktober. De fire samtalene ble fordelt utover fire dager.

Det neste steget i prosessen var å besøke skolen i Sør-Norge. Her rekrutterte jeg fra to forskjellige psykologiklasser i VG3. Rekrutteringsprosessen foregikk på samme måte, og til

min store glede var det mange jenter som hadde lyst til å bidra til prosjektet. Jeg dannet to fokusgrupper basert på hvilke jenter som meldte seg først, og fordelte fire jenter fra hver klasse i to grupper. På denne skolen gjennomførte jeg gruppesamtalene samme dag som jeg rekrutterte.

I midten av november besøkte jeg den siste skolen i Midt-Norge. Her hadde jeg vært i kontakt med faglærere fra en medie og kommunikasjonsklasse i VG2. På denne skolen benyttet jeg meg også av samme rekrutteringsprosess som ved de to overnevnte skolene. Denne gangen var det til sammen åtte jenter som meldte interesse, de ble fordelt i to forskjellige grupper. Her gjennomførte jeg også gruppesamtalene samme dag. Til sammen tok det tre måneder fra jeg kontaktet rektorer for første gang, og til intervjuene var gjennomført. Det ble en lengre prosess enn jeg så for meg, dette skyldes i stor grad den uforventede hindringen lærerstreiken ga.

Gjennomføring av intervju

I forkant av gruppesamtalene gjennomførte jeg et testintervju med en bekjent som er bruker av sosiale medier. Dette gjorde at jeg kunne få tilbakemelding på hvordan jeg fungerte i en intervjusituasjon, og øve meg før selve gjennomføringen. Hun konkluderte med at spørsmålene ble stilt tydelig, og at oppsettet var passende. Vi fikk også testet at det tekniske fungerte som det skulle. Jeg opplevde det som nyttig å gjennomføre testintervju da det ga et godt grunnlag til de ordinære intervjuene.

Fokusgruppesamtalene hadde en varighet på mellom 35 – 50 minutter. Gruppen som bestod av tre jenter varte kortest, noe som var forventet ettersom det var færre som skulle komme til ordet. Utover dette var det varierende hvor mye deltakerne i de forskjellige gruppene valgte å dele. I hver samtale var det gjennomgående at jentene tok forskjellige roller. Det var som regel en som utpekte seg som dominerende ved å alltid ta ordet først, mens andre var mer tilbakeholdne. Jeg håpet at de utadvendte deltakerne etter hvert kunne bryte

isen for de mer sjenerte, men det var ikke tilfelle. Dette gjorde at jeg flere ganger måtte rette blikket mot de «stille» jentene, og gjenta spørsmålene i håp om at de også skulle dele. Jeg forsøkte å ikke være for påtrengende, slik at ingen skulle føle seg presset til å svare på noe de ikke ønsket.

Elevene ved VG2 og VG3 hadde gått i klasse sammen lengre enn elvene fra VG1 noe som kunne ha en innvirkning på hvor komfortable jentene var med hverandre, og hvor mye de valgte å dele. Overraskende var VG1 jentene de jeg oppfattet som mest komfortable i hverandres selskap, og ga mer informasjon enn de andre. Selv poengterte de at de hadde svært godt klasseforhold. Til tross for at jeg hadde en aktiv rolle som moderator, prøvde jeg å lage rom for at deltakerne kunne utdype de temaene de var interessert i. Jeg informerte dem om at jeg selv var bruker av ulike sosiale medier, men ba dem fortelle om sin mediebruk som om jeg ikke hadde utbredt kjennskap til temaet. Intervjuguiden ble fulgt relativt aktivt, noe som gjorde at vi holdt oss innenfor tematikken. Antall oppfølgingsspørsmål varierte i hver samtale ut ifra hvor mye de delte og hvor detaljerte beskrivelser jentene kom med.

I forkant av hver samtale spurte jeg deltakerne om de var nære venner utenfor klasserommet. I mange av gruppene var dette tilfelle. Det opplevde jeg hadde positiv effekt på flyten i samtalen. De delte mer, og kom med konkrete fortellinger og eksempler på fra sin mediehverdag. I samtalene hvor relasjonen mellom jentene ikke var like sterk måtte jeg tre inn i en mer aktiv rolle for å stimulere til dialog mellom jentene.

Alle samtalene ble gjennomført på skolens grupperom. Ikke bare var det praktisk, men det skapte også trygge rammer for deltakerne siden de var i kjente omgivelser.

Flesteparten av intervjuene ble utført uten forstyrrelser, men vi opplevde et par ganger å bli avbrutt av lærere eller andre elever. Det virket ikke som om deltakerne ble preget av avbrytelsene, da de fortok opp tråden i samtalen igjen. Jeg tok ingen notater underveis i intervjuet, fordi jeg var redd det ville ta fokuset vekk fra samtalen. Med godkjenning fra

deltakerne ble det tatt lydopptak av alle gruppesamtalene. I etterkant av intervjuet spurte jeg jentene hvordan de opplevde samtalen, de fortalte at det var en positiv opplevelse.

Forskningsetikk

Grunnleggende forskningsetiske normer

Grunnleggende forskningsetiske normer er en essensiell del av ethvert forskningsprosjekt. For å sikre at studien ble utarbeidet og bearbeidet lovlig sendte jeg i forkant av prosjektets oppstart en søknad til NSD, Norsk senter for forskningsdata. I søknaden var det vedlagt prosjektbeskrivelse, intervjuguide og informasjonsskriv. De vurderte at behandling av personopplysninger samsvarte med personvernsregelverket, og godkjente prosjektet 14.07.2022 (se vedlegg D for godkjenning fra NSD).

Informert samtykke

«Det er en forskningsetisk hovedregel at det skal gis informasjon, og innhentes samtykke fra alle som deltar i forskning» (NESH, 2021, s. 18). I følge den nasjonale forskningsetiske komite for samfunnsvitenskap og humaniora skal det forskningsetiske samtykket være frivillig, informert, utvetydelig og bør være dokumenterbart. Under presentasjonen av prosjektet sørget jeg for å gi tilstrekkelig informasjon om hva det innebar for jentene å delta. Jeg fortalte hva prosjektet handlet om, hvilke rettigheter de har, samt praktisk informasjon knyttet til lagring av data. Jeg sørget for å gi informasjonen i en nøytral form slik at ingen skulle kjenne på ytre press til deltakelse. I forkant av hver fokusgruppesamtale gjentok jeg informasjon om prosjektet, og delte ut samtykkeskjema som måtte signeres (se vedlegg A). I tillegg presiserte jeg at samtykke kunne trekkes tilbake når som helst, uten at de måtte oppgi årsak.

Anonymitet og konfidensialitet:

«Anonymisering er en strategi for å beskytte forskningsdeltakernes identitet og integritet» (NESH, 2021, s.23). I starten av hver samtale informerte jeg deltakerne om

taushetsplikt og anonymitet. I fokusgruppesamtaler er taushetsplikt et spesielt viktig tema på grunn av antall deltakere (Smith, 2008, s. 191). For at temaene vi diskuterte i samtalene ikke skulle bli diskutert utenfor gruppens kontekst oppfordret jeg jentene til å overholde en taushetsplikt ovenfor hverandre.

Både skolene og jentenes originale navn ble anonymisert i alle mine dokumenter og lydopptak, slik at det ikke skal være mulig å spore opplysninger tilbake til deltakerne. Jeg spurte jentene om tillatelse til å gi dem fiktive navn, noe alle sa ja til. De fikk også spørsmål om det var greit at jeg tok lydopptak av intervjuene og presiserte at navn, dialekt og personidentifiserende informasjon kom til å bli fjernet i transkriberingen. Jeg tydeliggjorde også at lydopptakene ville bli lagret på en kryptert minnepenn som kun jeg ville ha tilgang til. De fikk også beskjed om at opptakene kom til å bli slettet så fort de var ferdigtranskribert. Når det gjelder tredjepersoner, oppfordret jeg jentene til å ikke nevne navn i forbindelse med omtale av andre personer. Dersom dette forekom i intervjuene, ble navnene anonymisert i transkripsjonen. Enkelte ganger i gruppesamtalene ble det nevnt hvilke byer noen av deltakerne opprinnelig var fra, og steder de ofte oppsøkte. Dette ble også anonymisert.

Potensielle emosjonelle belastninger

Ettersom tidligere studier viser en sammenheng mellom bruk av sosiale medier og dårlig psykiske helse (Brattøy et al., 2019), var jeg ekstra bevisst på at deltakerne kunne ha negativ erfaring knyttet til bruk av sosiale medier. For å prøve og unngå at jentene skulle fortelle om sin psykiske helse, ba jeg dem snakke om generelle betraktninger fremfor personlige. I tillegg sørget jeg for at ingen av spørsmålene i intervjuguiden ble rettet mot psykisk helse. Underveis i intervjuet var det noen av jentene som berørte temaer som selvtillit og selvbilde på sosiale medier, men det fremstod ikke som emosjonelt belastende for dem. Videre var det ingen samtaler som kom inn på deltakernes helseinformasjon. Når samtalen var

over, informerte jeg deltakerne om at de når som helst kunnet ta kontakt med meg dersom de hadde spørsmål eller innspill knyttet til samtalen. Ingen har kontaktet meg i ettertid.

Gjensidig nytte av prosjektet

Tanken bak å velge «medie og kommunikasjon» og «psykologi» klasser var basert på et ønske om å skape gjensidig nytte for deltakerne og meg. Faget de tar del i er valgt basert på deres interesse for emnet, noe som forhåpentligvis gjør deltakelse i prosjektet mitt interessant for dem. På denne måten blir ikke deltakeren kun benyttet som informasjonskilde. Deres delte opplevelser, erfaring med kvalitativ forskning og nærmere kjennskap til hverandre gir trolig også jentene nytte av prosjektet. I etterkant av intervjuet var det flere av deltakerne som pekte på disse fordelene, og fortalte at de opplevde samtalen som en positiv opplevelse. De poengterte også at de ble mer bevisst på egne medievaner.

Indikatorer på kvalitet

I dette kapittelet ønsker jeg å gi leser et innblikk i hva som inkluderes når jeg ser på indikatorer for kvalitet. Kapittelet tar for seg validitet, reliabilitet, transparens, refleksivitet og generaliserbarhet.

Validitet og reliabilitet

Validitet og reliabilitet er betydningsfulle begreper for å avgjøre om forskning har verdi eller ikke (Langdridge, 2006, s. 41). Innenfor den kvalitative gren argumenterer flere forskere for at begrepene ikke er anvendelige, og foreslår heller å snakke om «troverdighet, bekreftbarhet, og overførbarhet» (Ellingsen & Dragset, 2010). Professor Aksel Tjora hevder derimot at det å anvende nye begreper er lite hensiktsmessig (Tjora, 2017, s. 231). Derfor vil jeg forholde meg til «validitet» og «reliabilitet» i denne oppgaven.

Validitet

Validitet innebærer en vurdering av hvor godt forskningen er utført, og om funnene kan anses som pålitelige og nyttige (Smith, 2008, s. 235). En anerkjent metode for å øke

validitet i kvalitativ forskning er «langvarig engasjement» (Thyer, 2010, s.365). Det referer til hvor mye tid og engasjement forskeren legger i prosjektet. Ettersom jeg alene stod ansvarlig for gjennomføring av intervjuene, transkribering og analyse, har jeg gitt solid og langvarig engasjement til dataen, noe som bidrar til å øke validiteten.

En annen metode for å sikre validitet er ved å få frem flere aspekter av et tema. I en gruppesamtale kan man risikere at deltakere sier seg enig i hva majoriteten mener fordi de ikke vil avvike fra fellesskapet. Dette kan føre til at viktig informasjon går tapt. Under intervjuet passet jeg på å gi tilnærmet lik oppmerksomhet til alle, og jeg prøvde å skape en trygg atmosfære med rom for forskjellige tanker og opplevelser. Eksempelvis passet jeg på å holde meg nøytral til meningene som jentene ga uttrykk for, og la til rette for at ulike perspektiver på samme tematikk kunne komme til uttrykk. Dette ble gjort ved å stille oppfølgings spørsmål som blant annet: «hva er dine tanker rundt det X fortalte nå?» eller «har du en annen opplevelse rundt dette?» Selv om det er vanskelig å unngå effekten av at gruppen søker mot konsensus, er det viktig å være observant på deltakere som representerer en annen synsvinkel eller holdning enn resten av gruppen.

Til slutt kan det også sies at masteroppgaven etterstreber økologisk validitet. Økologisk validitet handler om hvorvidt forskningen er gjennomført under betingelser som ligner naturlige situasjoner (Langdridge, 2006, s.65). Til tross for at jeg har hatt med meg forhåndsdefinerte spørsmål til samtalene, har jeg latt jentene selv være med på å bestemme hva vi skal snakke om. Det er derfor deres egne formulering og perspektiver som danner grunnlag for forskningsfunnene mine. Dette er med på å gi mer livsnær kunnskap enn hva jeg hadde fått av for eksempel avkrysning i et spørreskjema.

Reliabilitet

Reliabilitet handler om i hvilken grad et forskningsfunn kan gi samme resultater ved flere anledninger over gjentatte perioder. En detaljert beskrivelse av prosedyren fra start til

slutt kan være med på å øke reliabiliteten. Lincoln og Guba (1985) refererer til reliabilitet som rekondisjonerbarhet (Brink, 1993). Det innebærer at en annen forsker kan følge utviklingen av stegene i studien, og forstå logikken bak det (Brink, 1993). For at dette skal være mulig kreves en grundig beskrivelse av hendelsene i forskningen, deling av intervjuguide og tydelig gjengivelse av datainnsamling og analyse (Brink, 1993). Dette kan øke muligheten for at andre forskere finner samme funn. Det må riktignok poengteres at mange kvalitative forskere ser på datamaterialet sitt som situasjonsbetinget, og det kan derfor være vanskeligere å replikere kvalitative funn enn kvantitative.

Transparens

Transparens også kalt gjennomsiktighet, er et av de viktigste kravene til all forskning (Tjora, 2017, s. 248). Transparens er knyttet til presentasjon av forskningen og handler om å gi en god innsikt i hvordan den er utført (Tjora, 2017, s. 248). Spørsmål som bør besvares er blant annet hvordan deltakerne er rekruttert, hvilke problemer som har oppstått og hvordan disse er løst (Tjora, 2017, s. 248). For å sikre transparens i dette prosjektet har jeg under metodedel gitt en systematisk og detaljert beskrivelse av hvilke valg som er tatt, og hvilke endringer jeg har gjort underveis i forskningsprosessen. Jeg har etterstrebet å gi en ærlig og utfyllende presentasjon.

Forskerens posisjon og refleksivitet

For å sikre oppgavens troverdighet har jeg forsøkt å ha en refleksiv objektivitet til arbeidet. Refleksivitet handler om at forsker må reflekterer rundt at egen forståelse, personlige preferanser, begreper og teorier kan være med på å forme forskningsprosessen (Bergsland, 2021).

I denne studien tar jeg utgangspunkt i en sosialkonstruktivistisk posisjon. I en sosialkonstruktivistisk posisjon er forsker opptatt av å forstå hvordan mennesker konstruerer sin egen sosiale virkelighet (Langdridge, 2007, s. 250). Sosiale fenomener kan ikke måles som enkle statiske hendelser, men forstås i lys av sosiale og historiske betingelser. I denne

studien er jeg ute etter jentenes subjektive erfaringer med bruk av sosiale medier, både alene og i kommunikasjon med andre. Ved å bruke en sosialkonstruktivistisk tilnærming forholdt jeg meg til den meningen som ble skapt i samtalen, uten å fortolke intensjonene bak deres erfaringer. Jeg tok utgangspunkt i deres virkelighet akkurat slik de har erfart den, og forholdt meg konkret til det deltakerne fortalte uten å sjekke andre kilder. Som forsker må man erkjenne at egne forutsetninger kan påvirke hva deltakerne deler. Jeg erkjente derfor at min erfaring med sosiale medier, og min tilstedeværelse i fokusgruppesamtalen kunne danne føringer for hva de fortalte, og hvordan de delte sine opplevelser.

Ifølge Tjora vil en fullstendig nøytralitet fra forskerens side være umulig å oppnå i kvalitativ forskning (Tjora, 2017, s.235). Jeg vil derfor redegjøre for mitt personlige engasjement for teamet, som kan påvirke min tolkning av datamaterialet.

Uten mitt engasjement for sosiale medier hadde ikke motivasjonen for å undersøke dette teamet eksistert, og studien hadde ikke blitt gjennomført. Kunnskapen min har bidratt til å utarbeide en presis intervjuguide med spørsmål som dekker tematikken. Selv står jeg på innsiden av det teknologiske nettverket sosiale medier skaper og har derfor lang erfaring med hvordan kommunikasjon på disse appene fungerer. Deltakerne og jeg deler de likhetene at vi alle bruker sosiale medier og er av samme kjønn. Disse fellestrekkene kan skape en trygghetseffekt som gjør det enklere for dem å dele sine opplevelser.

Samtidig kan mine forutinntattheter også være en ulempe da det er vanskelig å stille meg helt objektiv til den konteksten jeg studerer. Min tilstedeværelse, erfaring og innflytelse vil trolig ha en påvirkning på hvordan jentene har svart. Dersom forskeren hadde vært en eldre mann uten kjennskap til sosiale medier, ville dataen mest sannsynlig sett annerledes ut.

Gjennom hele mitt arbeid har jeg prøvd å distansere meg fra egne opplevelser med sosiale medier for å unngå å forme datamaterialet i en spesifikk retning. I resultatdelen har jeg presentert direkte utsagn fra jentene i håp om å styrke påliteligheten, da deltakernes stemme

synliggjøres (Tjora, 2017, s.237). I og med at sosiale medier er en såpass integrert del av hverdagen min er jeg allikevel bevisst på at mine opplevelser kan ha påvirke tolkningen av empirien og måten jeg har presentert og diskutert dataen. Denne effekten vil være umulig å unngå.

Generaliserbarhet

Kvalitativ forskning kan kritiseres for redusert generaliserbarhet (Howitt, 2019, s. 26).

Generaliserbarhet er definert som hvilken grad utvalget fra studien kan generaliseres til hele befolkningen (Tjora, 2017, s. 258). Siden kvalitativ forskning består av et lite antall deltakere, er det mange forskere som argumenterer for at det er vanskelig å generalisere funnene.

Yardley (2015) hevder derimot at dersom studien dreier seg om en spesifikk og unik kontekst, vil ikke generaliserbarhet være like ønskelig eller nødvendig (Yardley, 2015, s. 266-267).

Isteden kan begreper som *teoretisk- vertikal-* eller *logisk* generaliserbarhet oppnås i kvalitative studier. I videre forstand omtales dette ifølge Kvale og Brinkmann (2009, s. 266) som analytisk generalisering. Det går ut på at innsikten man får fra en kontekst kan ha overføringsverdi til liknende kontekster, og dermed gjøre den kvalitative generaliserbarheten bred og fleksibel (Yardley, 2016, s.260).

Funnene fra min studie kan ikke sees på som direkte generaliserende til alle andre unge norske jenter som bruker sosiale medier. De kan derimot være med på å vise tendenser og handlingsmønstre i hvordan dette utvalget og andre tilsvarende utvalg kan oppleve bruk av sosiale medier. I og med at jentene fikk beskjed om å dele sine subjektive opplevelser kan ikke resultatene gi statistiske generaliseringer, men dette har heller ikke vært min intensjon med oppgaven.

Analyseprosessen- Tematisk analyse

For å analysere datamaterialet har jeg anvendt tematisk analyse. Tematisk analyse er en anerkjent analysemetode innenfor kvalitativ forskning (Smith, 2015). Metoden forsøker å identifisere, rapportere og analysere temaer fra et datamateriale som står i relasjon til

problemstillingen (Braun & Clarke, 2006, s.6). Analysen er effektiv og fleksibel uten sterk teoretisk forankring (Braun & Clarke, 2006, s. 9). Den er opptatt av å undersøke innholdet som blir sagt fremfor hvordan det blir sagt. Med bakgrunn i dette anså jeg tematisk analyse som mest passende. Til tross for at tematisk analyse er en utbredt analysemetode, er det ingen klar enighet knyttet til hvordan den utføres. Braun og Clark har derimot prøvd å identifisere seks steg analysen bør følge. Disse stegene er 1) Bli kjent med dataen, 2) Generere koder, 3) Søke etter tema, 4) Gjennomgå tema, 5) Definere å navngi tema og 6) Skrive rapport (Braun & Clarke, 2006, s. 16).

Steg 1) Bli kjent med datamateriale

Det første steget i analysen handler om å opprette kjennskap til datamaterialet (Braun & Clarke, 2006, s. 16). Etersom jeg selv stod ansvarlig for datainnsamling, ble mitt første møte med dataen under intervjuene. For å holde materialet ferskt i minnet, startet jeg på transkriberingen fortløpende etter gjennomføringen av intervjuene. Transkribering handler om å gjøre om tale til tekst og er essensielt for å kunne analysere datamaterialet (Landgride, 2006, s. 257). Transkribering kan gjøres på ulikt detaljnivå, men skal hovedsakelig være ordrett (Tjora, 2017, s. 174). Jeg forholdt meg til en ord for ord transkribering, og valgte å utelukke ikke-lingvistiske egenskaper som blant annet pauser og talevolum, da det ikke har noen meningsbærende betydning for analysen. Totalt ble det 150 sider med transkripsjon. For å opprette ytterligere kjennskap til materialet, leste jeg igjennom transkripsjonen flere ganger. I tråd med anbefalinger fra Braun og Clarke (2006) tok jeg notater av viktige fragmenter fra teksten allerede i dette steget.

Steg 2) Generere koder

En grundig kodeprosess gir gode grunnlag for temautvikling og kan regnes som basisen for selve analysen (Smith, 2015, s. 234). Kodeprosessen går ut på å fragmentere deler

av teksten som kan anses som relevant for oppgavens problemstilling. Datamaterialet ble kodet i tabeller i Word. Jeg limte transkripsjonen inn i høyre kolonne og kodet i venstre. Under kodeprosessen var det viktig for meg å ivareta det spesifikke i teksten og forholde meg til essensen i dataen. Mange av kodene er derfor basert på konkrete utsagn fra deltakerne. Eksempelvis dannet jeg koden «*bruker snapchat for å ha kontakt med venner*» fra utsagnet «Og snapchat er jo for å ha kontakt med venner også.» I forkant av kodeprosessen bestemte jeg meg for å heller kode for mye enn for lite, slik at jeg ikke skulle miste meningsbærende informasjon. Dette førte til at jeg fikk en altfor lang kodeliste. Jeg startet derfor en kodereduksjon hvor jeg eliminerte koder som var like, og satt sammen koder som beskrev det samme. Reduksjonen resulterte i en kodeliste på 432 koder.

Steg 3) Søke etter tema

Dette steget går ut på å sortere de forskjellige kodene til større overordnede temaer (Braun & Clarke, 2006, s.19). Temaene skal oppsummere og representere dataen. Braun og Clarke (2006) presiserer at selv om et tema går igjen i datamaterialet, trenger det ikke være ekvivalent med hvor essensielt det er. For å skape en visuell oversikt over kodene utviklet jeg tankekart i dataprogrammet Xmind. Jeg samlet alle koder som tok for seg bruk av de forskjellige sosiale mediene i egne tankekart (Se vedlegg E, F, G). I tillegg lagde jeg et tankekart om jentenes skolehverdag (Se vedlegg H). Skolehverdagen er en stor del av hverdagen til deltakerne og danner mye av grunnlaget for hvordan de omgås med hverandre. På denne måten fikk jeg en ryddig oversikt over kodene, og det ble lettere for meg å se hvilke som står i relasjon til hverandre. Jeg opplevde denne fasen som mest utfordrende da enkelte koder kunne passe til flere tema. Eksempelvis vurderte jeg koden «*bruker snapchat for å ha kontakt med venner*» som relevant både for et tema som kunne hete «mediehverdag» og «den digitale kommunikasjon.» Etter en grundig gjennomgang av kodene dannet jeg noen tentative

temaer: «Mediehverdag», «hverdagsstruktur», «den digitale kommunikasjon», «regulering» og «selvpresentasjon på sosiale medier.»

Steg 4) Gjennomgå temaer

Formålet med dette steget er å gjennomgå etablerte temaer og undertemaer. Ifølge Braun og Clarke (2006) skal dette foregå på to nivåer, først på nivå med de kodede datautdragene for hvert tema, så i relasjon til hele datasettet. Jeg så igjennom om temaene faktisk oppsummerte dataen, og om kodene hadde en meningsfull sammenheng. I denne fasen ble temaer og undertemaer forkastet, redefinerte og slått sammen. Eksempelvis fant jeg ut at «hverdagsstruktur» som jeg i forrige steg dannet som eget tema, heller passet som undertema til hovedtema «mediehverdag.» Jeg endret også navn på temaet «selvpresentasjon på sosiale medier» til «å snakke om seg selv å andre på sosiale medier.»

Steg 5) Definere og navngi temaer

Steg fem går ut på å definere og navngi temaene som skal presenteres. Målet er å identifisere hva temaene handler om, og hvilken del av datamaterialet de oppsummerer (Braun & Clarke, 2006). Her er det viktig å vurdere essensen til hvert tema og peke på hvorfor det er interessant og presentere (Braun & Clarke, 2006). Etter nok en grundig gjennomgang fikk temaene sine endelige navn: «mediehverdag» «den digitale kommunikasjon,» «regulering» og «å snakke om seg selv og andre» med hver sine undertemaer. Det var først nå analysen utviklet sitt narrativ, og det ble tydeliggjort hvilken historie som kunne fortelles basert på datamaterialet.

Steg 6) Skrive rapport

Den siste fasen handler om å skrive og ferdigstille rapporten (Howitt, 2010, s. 178). Det var nå historien til datamaterialet skulle fortelles. Rapportering av analysen tar utgangspunkt i forskerens endelige tanker og refleksjoner om datamaterialet. Nå skal temaene beskrives med relevante sitater som underbygger tematikken.

Resultater

Denne delen av oppgaven presenterer resultatene fra analysen. Totalt dannet jeg fire hovedtemaer med tilhørende undertemaer. Hvert tema representerer tendenser i datamaterialet. Temaene er som følger: «*Mediehverdag*,» «*den digitale kommunikasjon*,» «*regulering*» og «*å snakke om seg selv og andre på sosiale medier*.» De forsøker å besvare problemstillingen: «*Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og venns­kaps­relasjonene til unge norske jenter?*» I presentasjonen av temaene vil jeg bruke sitater fra det transkriberte datamaterialet. Jentene representeres ved deres fiktive navn. For å unngå å liste opp alle undertemaene, har jeg laget en tabell som gir oversikt over hvert hovedtema med tilhørende undertemaer. Videre vil jeg ta for meg ett tema om gangen hvor jeg går i dybden på undertemaene.

Tabell 2

Oversikt over hovedtemaer med undertemaer

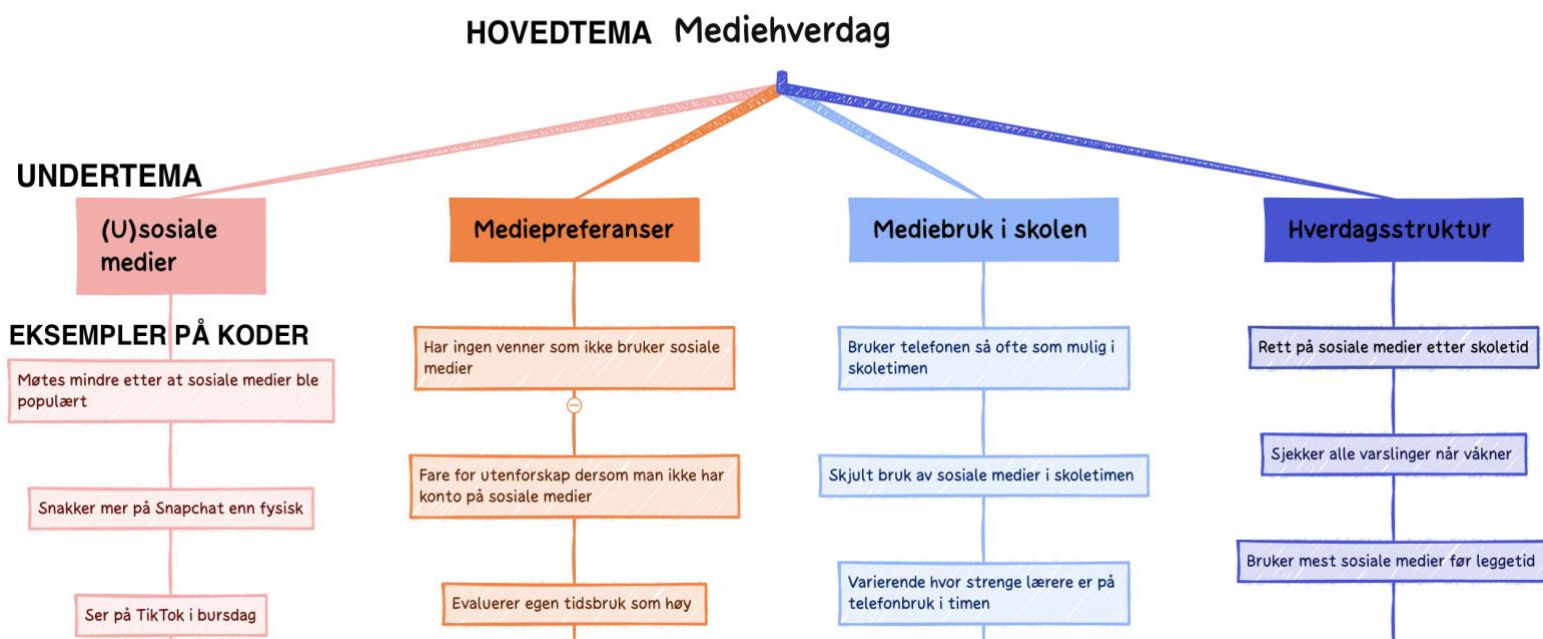
Hovedtema	Mediehverdag	Den digitale kommunikasjon	Regulering	Å snakke om seg selv og andre på sosiale medier
Undertema	1.(U)sosiale medier	1. Forskjell på online og «offline» kommunikasjon	1. Regulering av mediebruk	1.Valg av innhold
	2.Mediepreferanser	2. Digitale vennskap	2. Regulering av oppmerksomhet	2. Valg av medie
	3.Mediebruk i skolen	3. Sosiale medier som kommunikasjonsmiddel	3. Regulering av jevnaldrende relasjoner	3. Tilbakemeldinger på sosiale medier
	4.Hverdagsstruktur			4. Digital identitet

Tema 1: Mediehverdag

En fellesnevner for alle jentene er at sosiale medier preger en stor del av hverdagen deres. Basert på det de fortalte om mediebruken sin virker det som om de selv er oppmerksomme på at de bruker mye tid på sosiale medier daglig. Undertemaene til dette hovedtemaet ble følgende: «(U)sosiale medier,» «mediepreferanser,» «mediebruk i skolen» og «hverdagsstruktur.» Under ser du en visuell fremstilling av temaet «Mediehverdag,» med undertemaer og eksempler på koder:

Figur 1

Oversikt over hovedtema «Mediehverdag» med tilhørende undertemaer og eksempler på koder



(U)sosiale medier

Basert på jentenes delte erfaringer fremstår (u)sosiale medier som en bedre betegnelse enn sosiale medier. De hadde ofte øynene festet på mobilen i stedet for å følge med på hva andre mennesker rundt dem gjorde. En av jentene påpekte: «(...) det hender jo at man kan bli ganske lett distraheret av mobilen og på en måte ikke lever i øyeblikket, ikke sant, og kanskje

jeg ikke følger med på hva som skjer rundt meg (...)» «Linn.» Når de var hjemme og spiste middag med familien kunne det skje at: «(...) istedenfor å snakke med faren din så er det lett å ta opp mobilen å sjekke hva som skjer der» «Thea.»

Majoriteten av deltakerne bruker mye tid på sosiale medier også i sammenkomster med venner, og soner ut av det som skjer rundt dem. Eksempelvis sa en av jentene følgende: «(...)jeg sitter med telefonen og sosiale medier når jeg er med venner, jeg soner ut av det som skjer rundt meg og bare er på telefonen min(...)» «Hege.» Uttalelsen avslører at hun heller «skroller» på smarttelefonen, enn å prate med vennene sine når de møtes. Dette fører til at de blir mer usosiale enn sosiale i fysiske sammenkomster.

Flere av jentene påpekte også at de blir påvirket av hverandres mobilbruk. Dersom en først begynner å «skrolle» på telefonen, er det veldig lett for resten å gjøre det samme.

«Kristin:» (...)også merker jeg når en først starter så sitter alle der med telefonen.

«Hedda:» Ja, jeg merker ihvertfall at hvis det blir stille, så begynner alle å ta opp mobilen, hvis en gjør det så er det en annen person som gjør det, også begynner alle, og da sitter vi fort på mobilen.

Dette er noe også «Hanne» kjenner seg igjen i når hun skal spise middag med venninne sine:

Jeg og noen av mine venninner spiser middag sammen en gang i uken, og etter hvert sitter alle på mobilen, også blir jeg liksom sånn vi er sammen en gang i uka liksom, kan vi ikke droppe mobilen. Men det blir ofte at alle sitter på mobilen, og ingen sier noe til hverandre.

Selv om de er digitalt sosiale på hver sin skjerm, går det på bekostning av samtaler, og tilstedeværelse med hverandre i fysisk nærvær. Basert på det «Hanne» fortalte virker det som hun selv er bevisst på dette, og ønsker å rette oppmerksomheten bort fra telefonen og heller til hverandre. Det ser også ut til at mobilen spiller en sentral rolle i formelle settinger som bursdag og fest. Det påpekte «Mia:» «Ja, for i bursdagen din så lå vi og så på TikTok i sofakroken mens de andre var på trampolinen og litt overalt (...).»

Fra dette utsagnet ser vi dog at selv om «Mia» og venninnen hennes var opptatt av sosiale medier, var det andre som hoppet på trampolinen fremfor å la seg påvirke av mobilbruken. Allikevel virker oppdatering på TikTok mer spennende for enkelte enn å sosialt omgås med resten av gjestene i bursdagen. Videre fortalte en annen deltaker at venner av henne kan sitte på telefon i timevis på fest, noe hun opplever som irriterende: «På fest kan folk sitte på telefon i timevis, jeg blir så sur jeg, det irriterer meg (...) man møtes for å ha det artig også sitter man på telefon i en sirkel» «Malene.» «Kari» svarte følgende på det «Malene» fortalte: «Ja, også har vi de som skal filme hele kvelden, det er innpåslitent.» Dette tyder på at jentene er observante på andres mediebruk, og irriterer seg over det i sosiale settinger. I tillegg får de frem at behovet for dokumentasjon oppleves som slitsomt og invaderende.

Den usosiale effekten sosiale medier har i fysiske sammenkomster synes også å utspille seg i friminuttene på skolen. Når jentene først har friminutter, er det mange som velger å sitte på telefonen fremfor å prate med hverandre. Til spørsmålet: «Bruker dere sosiale medier i friminuttene?» svarte majoriteten av jentene «ja.» Dette gjelder også dersom de skal flytte seg fra et klasserom til et annet, da bruker de mobiltelefonen som en unnskyldning til å slippe å snakke med hverandre. «Eva» fortalte: «Jeg bruker den for å ha en unnskyldning til å ikke snakke med noen.» På denne måten unngår hun sosial interaksjon med andre på skolen.

Mediepreferanser

Jentene røpte at de bruker et sted mellom fire og 13 timer på skjerm og sosiale medier daglig. For mange øker mediebruken betraktelig i helgene, da skolen ikke er en del av timeplanen. Dermed er alle jentene i utvalget en del av det teknologiske nettverket sosiale medier skaper. Både de selv og alle vennene deres har en brukerkonto på minst ett sosialt medie. Majoriteten av jentene har TikTok og Snapchat som sine mest brukte apper. «Kari» fortalte følgende: «Jeg føler egentlig at alle, eller de fleste, er enig i at Snapchat og TikTok er tingen nå.» Videre utdyper «Ane» om TikTok: «Jeg er veldig TikTok hekta, så det er den jeg bruker mest.» En fellesnevner for jentene er at alle peker på TikTok som en «underholdningsapp.»

Det var kun en av jentene i utvalget som fortalte at hun ikke bruker TikTok: «Jeg har ikke TikTok, eller jeg har det, men jeg bruker det ikke» «Hedda.» Hun begrunnet dette med at det er en distraherende app som tar for mye av tiden hennes.

Samtidig som jentene bruker TikTok til å underholde seg selv, anses Snapchat som en kommunikasjonsapp. Alle jentene fortalte at de bruker Snapchat hver eneste dag, og at det sosiale mediet er helt essensielt for å skape kommunikasjon med både nære og fjerne venner. Det påpekte blant annet «Tina:» «Snapchat er mer sånn for å kommunisere,» og «Celine:» «Jeg bruker Snapchat masse til å snakke med venner.»

Snapchat fremstår også som viktigere enn TikTok, selv om TikTok brukes mer, dette bekreftet «Andrea:» «Snapchat, eller TikTok er viktigst for meg, jeg bruker kanskje TikTok mest, men hvis jeg kun måtte valgt en, så hadde jeg valgt Snapchat tror jeg,» og «Mona:» «Ja, snap er viktigere enn TikTok, men jeg bruker TikTok ganske mye mer enn snap.» Samtidig som de bruker timevis på Snapchat og TikTok, påpekte jentene at Instagram er på vei ut, og at appen brukes mindre av deres generasjon. «Eline» og «Mona» sa følgende om Instagram:

«Eline:» Jeg føler ikke at Instagram eksisterer lenger. Det blir så lite snakket om. (...) føler det bare er eldre som bruker Instagram, sånn mødre som sitter og ser på reels.

«Mona:» Ja, men jeg brukte det mye mer før tror jeg, ikke så mye nå lenger. Det er bare hvis noen sender meg noe på melding på Instagram, også ser jeg på hva folk som jeg kjenner har lagt ut, men det er ikke så ofte jeg er inne på det egentlig.

Det er kun en av jentene som fortalte at hun bruker Instagram mye. Hun synes TikTok er litt ensformig «Beate:» «Jeg sjekka hvor mye jeg brukte Instagram, også stod det sånn 22 GB, oi det var mye (...) det er det jeg er på hele tiden.»

I likhet med Instagram, er også Facebook mindre populært enn før. Det var kun en av jentene som fortalte at hun til tider oppdaterer seg på Facebook når hun er på besøk i hjembyen sin. Det skyldes at appen er mye brukt blant ungdommen i hennes nærmiljø: «Jeg drar mye til hjembyen min i ferien, og alle der bruker Facebook som Instagram, så jeg føler jeg må følge med litt der for å holde meg oppdatert på hva de gjør» «Eline.» Svaret hun får indikerer at bruk av Facebook blant unge jenter ikke er vanlig: «Du er den eneste personen jeg vet om som bruker Facebook aktivt» «Hilde.» Jentene forklarte at den lave brukerstatistikken skyldes at Facebook i dag oppfattes som en app for eldre. Eksempelvis sa «Elise:» «Eldre bruker Facebook da, jeg forstår meg ingenting på Facebook» og «Mia:» «Bruker man facebook så er man litt gammel.»

Før jeg beveger meg over til neste undertema, er det verdt å si noe om jentenes bruk av Youtube, Discord og Twitter. Kun to av deltakerne fortalte at de bruker Youtube. Derimot virker det som at Discord blir stadig mer populær. De påpekte at appen er identifisert med gamere, men at alle bruker den på skolen og snakker sammen i klassechatter: «Vi har også en gruppechat på Discord som brukes hyppig i timen» «Ane.» Det skal dog poengteres at appen

ser ut til å være mer brukt blant jentene i Midt-Norge, da få av deltakerne fra Sør sier noe om Discord. Når det kommer til Twitter, var det kun en av jentene som fortalte at hun bruker dette mediet og påpekte at det ikke er like vanlig blant norsk ungdom: «Jeg tror ikke det er like normalt blant norsk ungdom å bruke Twitter regelmessig» «Eva.» Ettersom ingen av de andre forteller om Twitterbruk, virker det som om påstanden hennes stemmer.

Flere av jentene gjorde det også tydelig for meg at det å ha en brukerkonto på sosiale medier er elementært for å ikke gå glipp av informasjon, eller bli utestengt. «Hanne» fortalte: «Alle er jo på en måte på minst et sosialt medie, og det vil jeg si er nødvendig for å klare å henge med.» Dette er noe også «Silje» vektla: «Jeg tror man blir utenfor hvis man ikke har sosiale medier.» Basert på jentenes delte erfaringer, ser vi at sosiale medier en stor del av deres hverdag. Snapchat og TikTok fremstår sammen med Discord som de mest populære, mens Facebook, Youtube og Instagram har en fallende brukerkurve. Det å være medlem av en eller flere sosiale medier framtrer som viktig for sosial interaksjon.

Mediebruk i skolen

Jentene fortalte at de bruker sosiale medier så ofte som mulig i undervisningstimene, selv om det er regler for mobilbruk i timen. Basert på hvilke skoler jeg har besøkt, er det varierende hvor strenge lærere er. Det ser ut til at skolene i Midt-Norge har høyere regulering av mobilbruk enn hva skolene i Sør har. «Dina» fortalte at de ikke engang får lov til å ha mobilen til ladning på pulten: «Ja, vi kan ikke ha den liggende på pulten å lade, da må den heller ligge på gulvet.» «Eline» poengterte også at hun ofte hører: «Den dupperingsen der legger du bort!» dersom noen bruker mobilen i timen.

Jentene finner allikevel måter å smugbruke mobilen på i undervisningstiden: «Det er bare å skjule mobilen bak pcskjermen så går det bra» «Beate.» «Gina» sitt triks er å gjemme den under pulten: «Jeg kan bruke Snapchat noen ganger i timen når læreren ikke ser, sånn

under bordet også.» Discord blir også brukt mye i timen. Det sosiale mediet kan lastes ned på pc-en noe som gjør at de kan ha gruppechat i klassetimen uten at læreren ser det.

Lærerne på skolen i Sør-Norge er som nevnt mindre strenge på mobilbruk i undervisningstiden, og mener at elevene selv har ansvar for egen læring. Dette fortalte jentene fra Sør:

«Lene:» (...) det er jo egentlig en uskreven regel at man ikke skal bruke mobilen i timen, men lærerne sier ikke noe på det, fordi de mener at det går utover din utdanning.

«Tone:» Ja, det er vårt ansvar på en måte.

Når det kommer til mediebruk i friminuttene er det varierende hva jentene foretrekker. Mange ønsker å «skrolle» på mobilen, mens andre vil være sosiale og snakke med hverandre. «Lene» er en av de som ønsker å være sosial, dette skyldes i stor grad at vennene hennes går i andre klasser enn henne noe som gjør at de har mye å oppdatere hverandre på i friminuttene:

(...) når vi først møter på folka, så har vi jo ikke sett de, for vi går jo ikke i klasse med alle sammen, så da har vi liksom et morsomt tema å prate om, også sjekker man jo selvfølgelig mobilen innimellom om noen har sendt deg noe eller noe sånt, men det er egentlig veldig sosialt.

«Hilde» vil også være sosial, og fortalte at de gruppeklemmer i friminuttene:

Vi sitter gjerne og snakker, og klager over at vi er trøtte og gruppeklemmer (...) men det hender du ser folk som er på telefonen i friminuttene, men jeg har en følelse av at det ofte er folk som er sammen på telefon, og ser på ting sammen.

«Hedda» bekrefter «Hilde» sin teori, og forteller at: «Det er ofte at man ser på noe sammen på noen sin mobil, at vi skal vise noe, eller ta bilder eller noe.» Videre fortalte «Frida» at det er populært å lage TikTok sammen: «(...) jeg brukte mobilen i lunsjen, for da lagde vi en TikTok til skolebrukeren.»

Hverdagsstruktur

Det siste undertemaet for «mediebruk» har fått navnet «hverdagsstruktur.» Strukturen på jentenes hverdag har mye å si på hvordan de omgås hverandre, og hvordan de bruker mobiltelefonen. Det er en fellesnevner at det første jentene gjør når de åpner øynene om morgenen er å sjekke telefonen sin «Ane:» «Skrur av alarmen på telefonen, og går rett inn på TikTok.» «Dina» starter dagen på neste samme måte: «Jeg våkner av alarmen min og skruer av den, også sjekker jeg alle varslene mine på Snapchat og alt det der, også bare «skroller» jeg på TikTok til jeg må stå opp.»

Alle unntatt én bruker mobiltelefonen som vekkerklokke, noe som gjør at mobilen er det første de strekker seg etter når de våkner. Det er kun «Hedda» som vanligvis ikke har mobiltelefonen på rommet om natten: «I går var litt spesiell dag for jeg har som regel ikke med meg telefon på soverommet, men det hadde jeg (...) for da våkner jeg fortere.» Hun er den deltakeren som er minst opptatt av sosiale medier noe som kan ha en sammenheng med at hun er den eneste som ikke sovner ved siden av telefonen sin. Mange av jentene fortalte at de: «Alltid har mobilen klistret inntil seg» «Eline.» Flere av dem påpekte også at de har et konstant behov for å være tilgjengelig for venner og kjæreste på sosiale medier gjennom hele dagen. Eksempelvis fortalte «Linn» følgende:

For kjæreste og nære venner blir det annerledes fordi man føler et større behov for å være tilgjengelig for dem gjennom hele dagen, så fra jeg står opp (...) til jeg kommer

hjem så sjekker jeg sosiale medier for å se om jeg har fått en melding fra den og den personen.

Når jeg spurte hva jentene gjør før leggetid var svarene gjennomgående at de skroller på mobilen, og oppdaterer seg på varslinger fra sosiale medier: «Så da ligger jeg bare med mobilen, også sovner jeg til slutt. Jeg vet ikke hvor bra det er, men det funker» «Hedda.» Videre påpekte «Eline» at hun fort glemmer tiden helt når hun «skroller» på telefon før leggetid: «(...)jeg skal bare se litt før jeg legger meg, og plutselig er klokka 02:00.» Dette fører til at de er «drittrøtte på skolen,» noe «Ane» så fint påpekte.

De overnevnte utdragene illustrerer at det å oppdatere seg på sosiale medier er en selvsagt del av hverdagsstrukturen for jentene. Smarttelefonen er alltid innenfor rekkevidde, og er det første og siste de forholder seg til når de våkner og legger seg. Når jeg spurte jentene om de har noen steder eller aktiviteter de oppsøker med venner der mobilen ikke er med, kom det varierende tilbakemeldinger. «Celine» fortalte om et kultursenter som hun liker å besøke uten mobiltelefonen: «Kultursenteret der man kan gå og ta kurs i forskjellige ting. Du kan ta dansekurs og du kan ta sånn mediekurs hvor du kan være med å lage filmer også...»

De andre jentene fortalte at de noen ganger «går søndagsturer,» «fester» eller «drar på konsert sammen.» Når jeg spurte jentene hvordan sosiale medier påvirker måten de er sammen på i hverdagen, svarte «Mona:» «Jeg vet ikke, vi har jo ikke levd når det ikke fantes sosiale medier.» Flere av jentene kom med lignende svar. Dette minner oss på at dagens ungdom ikke kjenner til en hverdag hvor sosiale medier ikke tar plass.

Videre foregår en stor del av sosialiseringen på skolen. Jentene påpekte at det holder for dem å ha venner i klassen, og at skolen fungerer som en sosial arena. Samtidig brukes mobilen for å snappe med de vennene som ikke er en del av skolehverdagen:

«Beate:» Mesteparten av vennene mine går på samme skole som meg, og de som jeg ikke går på skole med har jeg snapstreak med. Jeg prøver å bare bli venn med de i klassen og dem på skolen, og det er bra nok for meg.

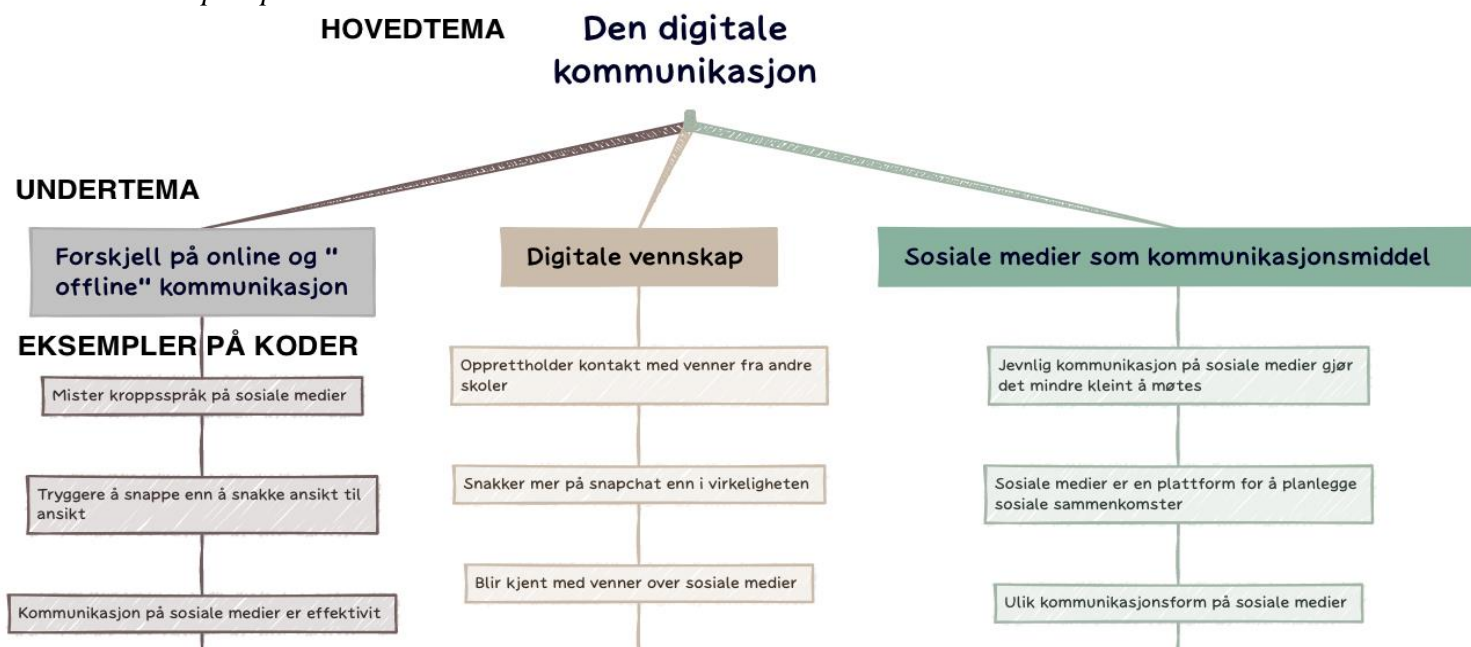
Jentenes beskrivelser indikerer at sosiale medier er en innbakt del av hverdagen deres, og at mobilen stort sett er innenfor rekkevidde. De har aldri levd en hverdag uten mobilen, og kan derfor ikke uttale seg om hvordan hverdagsstrukturen hadde utfoldet seg uten den. Under forrige tema så vi hvordan de bruker telefonen i løpet av skoledagen og det er også en viktig del av hverdagsstrukturen.

Tema 2: Den digitale kommunikasjon

Det andre hovedtema som stod frem i analysen av datamaterialet var «den digitale kommunikasjon.» Deltakerne forteller at mye av kommunikasjonen de har med jevnaldrende foregår digitalt via sosiale medier. De pekte på fordeler, men også ulemper ved å kommunisere på denne måten. Samtidig presiserte de at det finnes uskrevne normer knyttet til hvordan kommunikasjonen på sosiale medier bør være. Denne måten å kommunisere på er med på å skape digitale vennsrelasjoner. Under ser du et visuelt kart som viser hovedtema, undertema og eksempler på koder:

Figur 2

Oversikt over hovedtema "Den digitale kommunikasjon" med tilhørende undertemaer og eksempler på koder



Forskjell på online og «offline» kommunikasjon

I dialogen kom jentene og jeg gjentatte ganger innom forskjeller på å kommunisere ansikt til ansikt og digitalt. Deltakerne pekte på mange fordeler ved å kommunisere online som de kalte det. Online kommunikasjon ble beskrevet som «praktisk,» «raskt» og «enkelt.» «Hilde» presiserte: «Det er fort gjort, også kan du liksom kommunisere sånn litt av gangen selv om man ikke har tid til å være sammen, så får du tid til å på en måte snakke med dem allikevel.»

Muligheten til å kommunisere litt om gangen er også noe «Tone» nevnte. Hun fortalte om en populær teknikk på Snapchat som mange bruker når man ikke orker å svare med en gang: «På snap så bare halfswiper man når det er en litt fjernere venn som man ikke orker å svare med en gang, også bare svarer man senere når det passer.»

Selv om online kommunikasjon på mange måter gjør hverdagskommunikasjonen for jentene enklere, nevnte de også ulemper ved denne måten å kommunisere på: «Man mister jo litt av den normale sosialiseringen på en måte (...) det er viktig å se ansiktsuttrykk også, man ser jo ikke hva folk egentlig mener når de skriver online» «Tone.» «Siv» poengterte også at online kommunikasjon kan føre til: «misforståelser.» Dette kjente «Celine» seg igjen i: «(...) det kan være vanskelig å tolke meldinger som folk sender, for jeg vet ikke om de mener noe på en negativ eller positiv måte, så det kan noen ganger bli misforståelser.»

Ifølge deltakerne består online kommunikasjon primært av bildeutveksling, videoer og chatter. «Eline» fortalte at hun: «sender bilder frem og tilbake til folk hele tiden,» og «Siv» påpekte at hun: «bare sender innholdsløse snaps.» Ulempene de trakk frem ved denne måten å kommunisere på er kvaliteten. «Tone» mente at online samtaler ofte kan bli monotone: «Noen ganger så kan samtalen bli litt sånn monoton føler jeg, bare skriver sånn okei, greit, fint, hade, men når man er sammen så høres det litt bedre ut.» Flere av jentene mente at: «kvaliteten er mye bedre offline enn online,» og at samtaler er mer ekte «Tina:» «Hvis du snakker med folk

ansikt til ansikt så blir det litt mer ekte føler jeg, og det er enklere å forstå hva personen vil frem til også.» «Thea» og «Malene» påpekte også at offline kommunikasjon er mye er personlig:

«Thea:» (...) blir mye mer personlig offline, fordi istedenfor å bare sende meldinger kan du også lese kroppsspråk og tonefall, og hvor glad eller trist en person er, og mye mer fysisk kontakt som de fleste personer trenger.

«Malene:» Ja det du sa, og det der med at du føler kanskje at hvis du snakker med noen ansikt til ansikt, at du får mer ut av det, enn når du skriver over melding også.

Utover de ovennevnte forskjellene i det de omtaler som online og offline kommunikasjon, påpekte også flere av jentene at skjermen fungerer som en beskyttelse, og henter til at det kan oppleves tryggere å kommunisere online:

«Ane:» (...) det er noe imellom, så du får til å prate og være deg selv, men ikke i virkeligheten, for da føler du ikke at du har noe beskyttelse.

«Tone:» Det er lettere å si ting på sosiale medier, for man kan liksom ikke se ansiktet så det blir litt mer sånn, man har et skjold oppe som du kan beskytte deg bak.

Videre fortalte «Siv:» «Men jeg får mer baller bak skjermen (...) i virkeligheten så er det sånn det sa jeg ikke.» Samtidig fortalte «Tone» også at: «Det er mye bedre å krangle bak skjermen.» Det er ikke bare krangling som blir lettere bak skjermen. Flere fortalte også at det er enklere og mer naturlig å gi hverandre anerkjennelse online enn offline. Det bekreftet blant

annet «Linn:» «Hvis noen legger ut et bilde av seg selv på Instagram, så kommenterer vennene dine at du ser fin ut, og det er ikke like naturlig i en ansikt til ansikt samtale.»

Digitale vennskap

Mange av jentene pekte på fordeler sosiale medier gir for vennsksrelasjonene deres. Spesielt viktig er det for vennene de ikke ser på skolen og som bor langt unna. Sosiale medier gir dem nemlig muligheten til å opprettholde kontakt med hverandre. «Ane» fortalte at uten sosiale medier hadde hun ikke hatt kontakt med barndomsvenninnen sin: «(...)jeg tror at uten sosiale medier så hadde jeg ikke hatt kontakt med hun venninna mi som jeg har kjent siden jeg ble født.» «Celine» påpekte at det er på sosiale medier hun kommuniserer med mange av vennene sine:

(...) nå som vi alle har valgt forskjellige linjer og forskjellige skoler så er alle spredt overalt så selve kommunikasjonsdelen er mer på sosiale medier, det er der jeg får mest kontakt med alle sammen fordi vi ikke ser hverandre lenger (...).

Snapchat fremstår som det mest sentrale og enkleste sosiale mediet for å oppretthold kontakt med hverandre. Dette påpekte blant annet «Frida,» «Eva» og «Linn»:

«Frida:» Jeg tror også jeg hadde mista venninnene mine fra ungdomsskolen, for jeg får jo ikke til å møte dem like ofte, men jeg har liksom kontakt med dem på snap.

«Eva:» (...) men sånn som Snapchat er litt mer sånn holde kontakt med venner.

«Linn:» Jeg er litt enig i at med venner også er det enklere å ta kontakt gjennom Snapchat.

Flere av jentene fortalte at de sjeldent møter venner på fritiden: «Jeg møter nesten aldri venner på fritiden, bare hvis vi skal gjøre noe sammen» «Mona.» I følge «Ellen» er det: «Litt rart å henge med folk nå.» Hun mener det er: «(...)mye enklere å kommunisere via sosiale medier, og at det er for mye «effort» i å møte hverandre.» Basert på jentenes delte erfaringer spurte jeg om de tror de hadde møttes mer dersom de ikke hadde hatt sosiale medier. Dette var noe alle de tolv jentene jeg spurte svarte «ja» til.

Sosiale medier ser dermed ut til å være et godt verktøy for å opprettholde kontakt med venner som jentene av ulike grunner ser sjeldent. Samtidig er det noen av deltakerne som fortalte at de har venner som de kun kjenner via, og på sosiale medier. Dette gjelder blant annet for «Elin:» «Jeg snapper med folk jeg ikke snakker med, det hadde vært kleint å møte dem i virkeligheten.» «Mona» deler samme opplevelse av at det er ubehagelig å møtes, og fortalte at hvis hun ser hennes digitale venn i virkeligheten later de som om de ikke kjenner hverandre: «Jeg har folk på snap som jeg aldri hat møtt eller snakket med i virkeligheten, og når jeg ser dem i virkeligheten så later vi som vi ikke kjenner hverandre.»

Sosiale medier som kommunikasjonsmiddel

Noe av det jentene setter mest pris på med sosiale medier som kommunikasjonsmiddel er at de slipper å fysisk oppsøke hverandre for å skape kontakt. «Hilde» fortalte: «Det er lett å få kontakt med folk hvis du skal lage avtaler og sånn kontra hvis du må besøke dem.» «Ane» deler samme opplevelse: «Det er enklere å planlegge ting, en fest eller lunsj eller noe sånt. Alle sammen får det med seg på grunn av sosiale medier (...).» «Lene» og «Tone» husker tilbake til tiden de måtte sykle til hverandre for å lage avtaler:

«Lene:» Husker når jeg måtte sykle til en venninne liksom, for å spørre om å finne på noe. Det slipper vi nå heldigvis.

«Tone:» ja, også var de ikke hjemme engang ...

«Lene:» Ja, nå sparer vi jo mye tid.

Jentene fremhevet Snapchat som viktigst kommunikasjonsmiddel med venner. Det virker som det er mer vanlig å sende snapchats til hverandre enn tekstmeldinger. Denne enighet delte blant annet «Mari», «Hege» og «Kristin:»

«Mari:» På snap så har vi liksom alle vennene våre, det er veldig sjeldent at vi sender melding til dem liksom.

«Hege:» Jeg synes Snapchat er det viktigste mediet, for jeg føler det er der jeg på en måte har mest kontakt med venner (...).

«Kristin:» Ja, jeg føler Snapchat for der er mest kommunikasjon, med venner.

En populær trend på Snapchat er å fortelle venner om hverdagen sin via vlogger på story. Det innebærer å legge ut videoer av seg selv hvor de detaljert beskriver dagen sin fra morgen til kveld. Videoen kan være tilgjengelig i 24 timer, og skaperen av videoen velger selv hvilke venner som får tilgang. På denne måten deler de hverdagsopplevelser med flere venner på en gang, uten at de trenger og møtes: «(...)vi har vlogger der vi poster dagene våres på Snapchat til vennene våre» «Alma.»

«Hanne» påpekte at det er via vloggene de får med seg hva hverandre gjør: «Da får man jo med seg hva folk gjør (...) så da kan man oppdatere andre på livet sitt der.» «Kristin» fortalte at dette er en fin måte å følge med på livet til venner hun ikke ser like ofte lenger: (...) det er ikke alle jeg fortsatt har så mye kontakt med, men hvis du ser stories fra dem, så får man på en måte fulgt med livet deres allikevel (...).» Mottakere av vloggene kan svare på videoen i chat eller sende en video tilbake. På denne måten skaper jentene digital interaksjon med hverandre.

Selv om Snapchat står frem som det mest populære kommunikasjonsmiddelet, fortalte flere av jentene at kommunikasjon med venner også kan foregå over TikTok. «Tone» fortalte at «man sender hverandre ulike videoer.» De påpekte dog at kommunikasjonen som foregår på TikTok primært er preget av humor: «Kommunikasjonen på TikTok er mer sånn humor, sender video til hverandre, og svarer hverandre, for det er jo en chat inne på der» «Kristin.» Dette bekreftet også «Tone:»

Man får også litt mer å prate om føler jeg, spesielt hvis du bruker TikTok, hvis du sender videoer, det blir humor, så blir det et samtaleemne (...) så du den skikkelig morsomme videoen jeg sendte deg? Også snakker man om det.

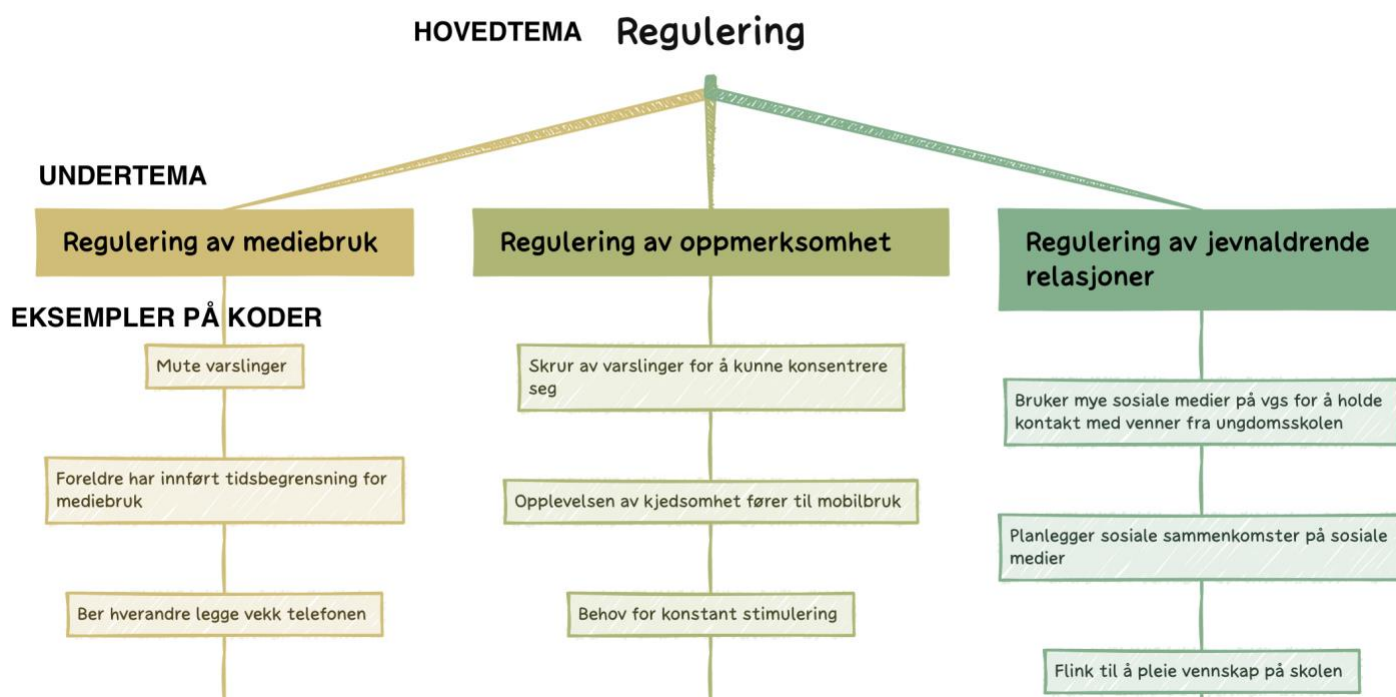
Når det kommer til kommunikasjon med familie og kolleger, er det primært Messenger på Facebook som blir brukt. Det fortalte «Thea» som har familie i utlandet: «Jeg bruker mest Snapchat for å snakke med venner, men også Messenger på Facebook for å snakke med familien min i utlandet.» «Silje» påpekte også at hun bruker Messenger, men da er det hovedsakelig for å kommunisere med kolleger: «Jeg bruker egentlig bare Messenger til å kommunisere med kolleger, det er ikke så mye mer enn det jeg bruker det til.»

Tema 3: Regulering

Det tredje temaet som ble identifisert i datamaterialet fikk navnet «regulering.» «Regulering av mediebruk» omhandler hvordan bruk av sosiale medier i hverdagen reguleres. «Regulering av oppmerksomhet» ser på hvordan jentene hele tiden regulerer oppmerksomheten slik at de oppnår en form for stimulering. Til slutt belyser «regulering av jevnaldrende relasjoner» hvordan jentene regulerer relasjoner med sine jevnaldrende. Under ser du en visuell fremstilling av hovedtema, undertema og eksempler på koder:

Figur 3

Oversikt over hovedtema "Regulering" med tilhørende undertemaer og eksempler på koder



Regulering av mediebruk

Basert på det jentene sier, virker det som om de vurderer egen bruk av sosiale medier som høy. På spørsmålet «Hvor mye tid bruker dere på sosiale medier daglig?» var svarene gjennomgående: «Altfor mye,» «oi, fem timer på TikTok!» eller «jeg blir jo sjokka (...) jeg bruker veldig mye tid på telefonen.» «Mona» indikerte også at hun er overrasket over egen mediebruk: «(...) torsdag forrige uke var det femten og en halv time, hvordan går det an?»

Til tross for at de selv er sjokkert over hvor mye tid de bruker på sosiale medier daglig er det kun en av jentene som har tatt grep for å regulere bruken. «Hedda» fortalte at hun en dag bestemte seg for at det var nok og slettet TikTok: «Det tok lang tid for meg å slutte, jeg hadde TikTok før, også bestemte jeg meg for at nå er det nok (...) men det tok lang tid, det er litt sånn avhengighetskapende.»

Derimot poengterte «Dina» at moren regulerer mediebruken hennes: «Jeg har sånn at jeg ikke kan være inne på sosiale medier etter 23:30 fordi mamma har satt på det på telefonen

min, og jeg kan ikke skru det av.» Etter 23:30 blir alle sosiale medier låst, og hun har ikke passordet til å skru det av. «Dina» er den eneste av jentene i utvalget som har ytre reguleringer for mediebruk i hjemmet.

Videre er skolen og håndballbanen de eneste stedene med regler for mobilbruk. «Lene» fortalte at det verken er lov med mobil i garderoben eller på håndballbanen: «Det er ikke lov å ha mobilen der engang, ikke i garderoben heller. Så man har den jo før man kommer og når man drar, men alt imellom det er ikke lov.» Derimot når jentene trener alene på treningssenter, sjekker de mobilen. Det fortalte blant annet «Tone:» «(...) det er ofte jeg snapper med folk imens jeg trener imellom pausene, og at jeg er på TikTok da, så jeg har den liksom alltid i bruk på en måte, det er litt trist.»

For jentene i denne landsdelen er det samme regler på skolen som på håndballbanen. Mobilen skal ikke brukes, eller ligge på pulten. Noen lærere har innført anmerkning som straff for mobilbruk i timen. «Kari» påpekte riktignok at det ikke hjelper: «(...) jeg føler ikke at det hjelper å gi anmerkning for mobilbruk (...) det hjelper jo ikke eleven noe vei, du blir ikke motivert av det heller.» Jentene fortalte dog at det er varierende hvor strenge lærerne er, men at alle er klar over at mobilen hovedsakelig hører til i sekken i undervisningstiden.

Selv om mobilbruk på videregående ikke er tillat, opplevde «Elin» det strengere på ungdomsskolen: «(...) jeg føler stor forskjell fra ungdomsskolen og videregående, for på ungdomsskolen husker jeg vi hadde mobilhotell, og de var veldig strenge på telefon.» «Kari» tror at årsaken til at det er mindre strengt på videregående handler om at jentene har blitt eldre og har større ansvar for egen læring: «Vi har jo ansvar for egen læring liksom, så det går bare utover oss selv hvis vi bruker mobilen.»

Regulering av oppmerksomhet

En gjennomgående tendens i datamaterialet er at jentene bruker mobilen så fort de kjeder seg. Det påpekte blant annet «Linn:» «Hvis jeg kjeder meg eller trenger distraksjon, så

sjekker jeg mobilen.» Til tross for regler mot mobilbruk i timen, er denne tendensen spesielt gjeldende på skolen. Det poengterte både «Hanne,» «Lene» og «Siv»:

«Hanne:» Hvis det er kjedelig det vi holder på med så er jeg på telefonen (...) da sjekker jeg mail fordi jeg kjeder meg.

«Lene:» (...) også er det litt sånn i timen også, hvis jeg kjeder meg litt, eller hvis læreren blir litt kjedelig.

«Siv:» (...) også i timen når det er kjedelig sitter jeg på telefonen (...).

Når jentene bruker mobiltelefonen i undervisningen, regulerer de oppmerksomheten bort fra fagstoffet de skal lære seg: «Det er ganske lett å plutselig bare bruke en time på mobilen istedenfor å gjøre arbeid du egentlig burde ha gjort (...)» «Thea.» I motsetning til dette fortalte «Hilde» at hun regulerer oppmerksomheten bort fra telefon når hun skal gjøre lekser: «(...)for i går så gjorde jeg veldig mye lekser, så da var jeg ikke på telefonen.»

Det er ikke bare på skolen sosiale medier fungerer som en avlastning fra kjedsomhet. «Hege» påpekte at hun oppdaterer seg på sosiale medier imens hun venter på bussen: «(...) jeg bruker ofte sosiale medier når jeg kjeder meg fordi jeg venter på bussen om morgningen, og har ikke noe annet å gjøre.» Samtidig avslørte «Silje» at hun sjekker mobilen når hun ser på en serie hun synes er kjedelig: «Om vi bare ser på en serie som vi synes er dritkjedelig, så bruker jeg mobilen.» «Thea» tror at årsaken til at de sjekker mobiltelefonen så fort de kjeder seg kommer av et konstant behov for stimulering:

Jeg føler på en måte det blir sånn konstant strøm av bare noe for å underholde seg selv på en måte, at det er vanskeligere nå enn tidligere å bare la det være stille og ikke ha på noe. Ihvertfall jeg merker det, at jeg alltid må ha ett eller annet, så

derfor går jeg jo fort inn på sånn TikTok for eksempel bare for at det ikke skal være stille.

Dette kan stemme overens med at «Silje» ser på Netflix imens hun sminker seg: «(...)også har jeg alltid på Netflix mens jeg sminker meg,» og at «Eva» bruker mobilen imens hun går: «Jeg tar den noen ganger opp mens jeg går for at jeg skal holde på med noe (...)» Selv om de gjør noe annet, bruker de mobiltelefonen som et supplement for å ha noe å se på.

Regulering av jevnaldrende relasjoner

Det siste undertemaet tar for seg hvordan jentene regulerer vennsksapsrelasjoner. Skolen ser ut til å være den primære arenaen hvor de omgås fysisk. «Silje» fortalte at hun: «Treffer mest venner på skolen,» noe også «Celine» gjør: «Jeg møter jo vennene mine oftest på skolen.» Videre påpekte «Eline» at hverdagen er travel, noe som gjør at hun ikke har et stort behov for å være med venninne sine på fritiden:

«Eline:» (...)uansett hvor nær jeg er med noen, så møter jeg dem egentlig aldri på fritiden for jeg har to jobber, også er det skole, også har jeg lyst til å få trent, jeg møter vennene mine på skolen, så jeg har ikke et veldig stort behov for å være masse med dem på fritiden.

«Malene:» Men du er veldig flink til å pleie forholdene når du er på skolen og, det er forskjellen. (...) også er du veldig flink til å skrive og ringe, du skriver hele tiden så jeg får med meg alt uansett.

Som «Malene» hintet til over, er flere av jentene flinke til å regulere vennskapene sine digitalt. Utenfor skolen er det på sosiale medier de kommunisere med hverandre: «Man

snakker jo med folk i klassen på sosiale medier når man ikke er på skolen» «Mona.» Det samme sa «Eva:» «Jeg bruker jo mye Snapchat for å kommunisere med venner.» Utenom sosiale medier og skolen er det kun et par av jentene som fortalte at de møtes for «middag,» «kafébesøk» eller «søndagsturer.» Jeg ble overrasket over hvor få av dem som faktisk sier at de møter venner på fritiden. Derfor stilte jeg oppfølgingsspørsmålet: «Tror dere at dere ville sett hverandre mer dersom sosiale medier ikke fantes?» Alle de ti jentene jeg spurte svarte «ja.» «Kari» la også til: «Det hadde vært mye mer å prate om når vi først møttes hvis vi ikke hadde hatt sosiale medier, for da hadde vi ikke vært like oppdatert på hverandre sine liv.»

Som jeg så vidt har vært inne på tidligere i resultatdelen, ser sosiale medier ut til å være viktig for å regulere relasjoner med venninner som ikke går på samme skole. Det påpekte blant annet «Kristin:» «(...) jeg har en venninne som bor i en annen by, jeg bodde der tidligere, men flyttet hit for et år siden, men vi har så god kontakt at vi facetimer på Snapchat hver dag,» og «Hege:» «Sosiale medier gjør det jo mye lettere å holde kommunikasjonen med for eksempel venner som bor langt unna.» Videre virker det som om «streaks» på Snapchat spiller en sentral rolle for å opprettholde kontakt med fjerne venner. Det fortalte «Alma:» «(...) sånn når du har veldig mange dager med «streak», så kan man ikke bare slutte, fordi da sender ikke dem tilbake, og da mister du kontakt med mange du ikke møter til vanlig.»

Det ser ut til at kommunikasjon over sosiale medier dekker noe av behovet for sosial kontakt med venner. Samtidig er det også noen av jentene som trives godt med å være alene. «Thea» er blant dem: «Jeg liker veldig godt å være ganske mye alene,» og la til at: «hun ikke har behov for å møte venner hele tiden.» «Tina» er også glad i å være alene, og mente at gode venner trenger man ikke møte hver dag for å opprettholde vennskapet til: «(...) hvis jeg har et godt forhold til dem, så vet jeg at jeg har dem, og da er det sånn når jeg først møter dem så er det koselig, men jeg trenger ikke møte dem hver dag.»

Tema 4: Å snakke om seg selv og andre på sosiale medier

Innhold jentene publiserer på sosiale medier en del av måten de snakker om seg selv og andre på. Hva de velger å publisere hvor, er en problemstilling jentene må ta stilling til.

Dette ser ikke ut til å være en stor utfordring da det finnes normer for både valg av sosiale medier og innhold. I tillegg ser det også ut til å være en norm å anerkjenne innhold venner deler på de ulike mediene, selv om de påstår at det ikke betyr så mye for dem lenger.

Undertemaene som ble utviklet er: «valg av innhold,» «valg av medie,» «tilbakemeldinger på sosiale medier» og «digital identitet.» Tankekartet gir en visuell fremstilling av hovedtema, undertema og eksempler på koder:

Figur 4

Oversikt over hovedtema "Å snakke om seg selv og andre på sosiale medier" med tilhørende undertemaer og eksempler på koder



Valg av innhold

De aller fleste sosiale medier gir mulighet til å publisere innhold. Innholdet gjøres tilgjengelig for en mottakergruppe som kan gi tilbakemeldinger i form av likerklipp,

kommentarer eller delinger. Til spørsmålet: «Når dere poster noe, tenker dere da over at det vil bidra til å gi et bestemt inntrykk av dere?» svarte majoriteten bekreftende. «Tina,» «Aurora» og «Ane» utdypet på denne måten:

«Tina:» Jeg tenker jo at det jeg poster gir et inntrykk av hvem jeg er, og liksom hvordan jeg ser ut for andre fra utsiden (...).

«Ane:» (...) det jeg poster reflekterer meg som person.

«Tone:» (...) det du legger ut blir på en måte et slags bilde av hvordan du er i virkeligheten.

«Tina» fortalte også at det hun legger ut: «Gjenspeiler veldig hvem jeg er.» Noe «Eline» sa seg enig i: «Hvis jeg går inn på instagrammen din, så ser jeg det er Tina, det er sånn hun er in real life.»

Det er derimot gjennomgående at jentene publiserer lite på sosiale medier: «Jeg vet ikke jeg, for jeg poster jo ingen ting» «Frida,» «jeg har en instagrambruker, men jeg har ikke lagt ut noe» «Ellen.» Allikevel påpekte «Lene» at dersom de først skal publisere innhold, gjerne av seg selv, søker de bekreftelse fra venninner før de legger ut: «Vi spør venner om vi kan legge ut bilder for å få bekreftelse på at ja, det går greit at du legger ut, for vi vil jo se best ut.»

Til tross for at jentene publiserer lite, har de aller fleste opptil flere kontoer på både Instagram og TikTok. Det er vanlig å ha en: «privatbruker» med et avgrenset antall følgere, og en: «offentlig» bruker med større publikum. Terskelen for å publisere innhold på den private brukeren er for mange lavere enn på den offentlige. Det påpekte blant annet «Mia» og «Hedda:»

«Mia:» Vi legger ut mye på privatinstaen da, og da blir det fort samtaler i kommentarfeltet.

«Hedda:» (...) jeg har, og jeg vet at du har, sånn 20 følgere på privatbrukeren, mens hovedbrukeren har kanskje mange fler, og da er du mer komfortabel med å poste det du vil på den private(...).

Basert på jentenes delte erfaringer ser det ut til at innhold som deles på sosiale medier har gått igjennom et generasjonsskifte. Flere av jentene fortalte at fremstilling av «det perfekte liv» er ut, og at deres generasjon har fokus på å vise en «mer ærlig virkelighet.» Det poengterte blant annet «Tina:»

Jeg føler at generasjonen våres er veldig lei av å se alt perfekt hele tiden, for alle vet jo at det ikke er perfekt (...) det er veldig mange på våres alder på TikTok som eks Leah Behn, hun er jo i kongefamilien, og, hun skal i teorien fremstille seg selv som perfekt, men hun snakker om ting hun sliter med, og ting som er veldig sånn normalt menneske liksom (...).

«Malene» sa seg enig, og brukte influenser Sophie Elise som et eksempel på hvordan tidligere generasjoner publiserte innhold:

Sånn f.eks Sophie Elise er et prakteksemplar, hun selger seg selv, på en måte, hun er jo sin egen reklame og sin egen business så det gir jo mening, men våres generasjon er mer ute etter å dele mer av livet. Jeg føler liksom etter TikTok kom, så har det blitt mer «life updating» innhold.

På spørsmålet om å utdype hva «life updating» innhold var, fortalte «Eline» at det kan være TikToks med tittelen «get ready with me» og «a day in my life» som er korte videosnutter der brukeren tar deg igjennom glimt fra hverdagen, eller morgenrutinen deres. «Malene» mente at dette er «mer ekte innhold» og at det er «livet deres folk vil se.» I tillegg forteller absolutt alle jentene at redigeringsapper er ut. Dersom de ser noen som har redigert utseende sitt på sosiale medier blir de «flaue.»

Valg av medie

Det er tydelig at noen sosiale medier er mer kule, aldersbestemt og kjønntypiske enn andre. Som nevnt tidligere i resultatdelen er TikTok en av de mest populære sosiale mediene. De som ikke har en brukerkonto på denne appen er tydeligvis ikke helt med, det påpekte «Alma:» «De som ikke har det, er ikke helt med, for vi endrer oss jo på grunn av TikTok (...) vi snakker kanskje annerledes (...) vi endrer måten vi gjør ting på, for det er jo sånne trender på TikTok.»

Selv om alle deltakerne med unntak av én har TikTok, hintet de allikevel til at appen ikke er for alle: «Jeg tror det er litt for den yngre gruppen, men det kan gå opp til 30 åringer, så ser man jo gamle folk som prøver å komme igjennom på TikTok også, men det er ikke så stas for de» «Lene.» «Hanne» tror derimot det er mange som bruker appen i skjul: «Jeg tror det er mange som bruker TikTok i skjul, ikke til å legge ut også, men sånn se på det.»

Samtidig som TikTok primært er en app for «de yngre,» fortalte jentene som vi har sett, at Facebook er for «de eldre.» «Kristin» påpekte at hun hadde blitt overrasket dersom hun fikk en venneforespørsel på Facebook:

Facebook føler jeg er foreldre, det er ikke så veldig mange under 30 som bruker det akkurat, og hvis jeg hadde fått en forespørsel fra deg på Facebook, så hadde jeg ikke nødvendigvis tenkt sånn noe dårlig, herregud nei, men sånn oi det er Facebook ja.

Derimot ser Snapchat ut til å bli mer vanlig både for yngre og eldre. Selv om jentene primært kommuniserer med jevnaldrende på dette mediet, fortalte de også at noen foreldre og besteforeldre bruker appen: «Da snakker jeg egentlig for det meste med venner og mormor for hun har akkurat fått seg Snapchat» «Hanne.» «Lene» påpekte også at mamma er på Snapchat, men hintet til at det fortsatt er et ungt preg over appen: «Litt mamma på snap da, hun har blitt litt ung hun også.»

Når det kommer til bildedelingsapper som Instagram og VSCO oppfatter «Tone» det som apper primært brukt av jenter: «Jeg føler det er flest jenter som bruker apper hvor man legger ut bilder som andre kan se. Sånn typisk Instagram og VSCO (...),» noe «Hedda» var med på å bekrefte: «(...)jenter er mer aktive på Instagram.»

Tilbakemeldinger på sosiale medier

TikTok og Instagram er de to sosiale mediene som legger best til rette for tilbakemeldinger på innhold som deles. Likerklikk, kommentarer, visninger og delinger er måten man anerkjenner innholdet som konsumeres. Selv om jentene publiserer lite, har de delt noen tanker rundt tilbakemeldinger på disse appene. «Hanne» påpekte følgende om tilbakemeldinger på Instagram: «Det er ofte de som blir sett på som veldig pene, eller legger ut masse morsomt fra livet sitt som får flest likerklikk og flest tilbakemeldinger, og flest følgere.»

«Tone» fortalte at dersom en person har få likerklikk på Instagram, kan det ofte tenkes at vedkommende ikke har venner: «Da tenker man sånn oi, der er det ingen, har du venner på

en måte hvis man ikke får mange likerklipp, det er jo det man tenker.» «Lene» poengterte at hvis en person ikke har noen likerklipp, liker hun alltid for å være snill: «Jeg liker alltid, hvis det står null likerklipp.» Samtidig fortalte jentene at Instagram har fått en funksjon som fjerner likerklipp, uten å utdype hva det synes å bety for dem.

En tendens som går igjen i datamaterialet er at det å gi venner anerkjennelse på innhold som deles på sosiale medier nærmest er blitt en norm. Manglende tilbakemeldinger på innhold kan i verste fall resultere i utestengelse:

«Hanne:» Men det er ikke sånn at man liker det bare fordi noen er pene, eller bare kommenterer fordi noen er pene, men det er jo for å støtte venner.

«Lene:» Viser at man bryr seg.

«Tone:» Ja, for det har faktisk blitt en sånn greie at man kan bli utestengt av at venninnene dine ikke liker bildene dine liksom.

«Siv:» Ja, eller kommenterer.

Selv om flere nevnte at det å gi tilbakemeldinger på sosiale medier oppfattes som en norm, er det kun «Tone» og «Siv» som har hørt om utestengelse. Til tross for at jentene har forventninger til tilbakemeldinger, virker det derimot som de bryr seg mindre om anerkjennelse på Instagram i dag enn før, dette kan henge sammen med at appen blir mindre brukt:

«Lene:» Jeg føler ikke det har så mye å si egentlig, fordi det er så ut med Instagram nesten, det er ingen som bryr seg så mye, før var det mer sånn oi shit, hun har 200 likerklipp, men nå er det liksom ikke sånn (...) Nå er det TikTok som gjelder, hvor mange visninger du har på TikTok.

Basert på «Lenes» erfaring ser det altså ut til at det er tilbakemeldinger på TikTok som gjelder i dag.

Før jeg beveger meg over til neste undertema, er det verdt å nevne appen VSCO, som i følge «Eline:» «Har blitt ekstremt mye brukt i det siste.» Her er ikke antall likerklipp, kommentarer eller følgere synlig for andre, og dermed er ikke tilbakemeldinger fremtredende for andre brukere. De fortalte at VSCO er underkategorien til Instagram, og en mer personlig versjon:

«Eline:» Jeg føler VSCO er en mer personlig versjon av Instagram.

«Malene:» Man tror det, men alle kan jo gå inn å se, så man tenker sånn VSCO er litt mer sånn private, men du har den i bioen og absolutt alle kan se det.

«Eline:» Det er mer offentlig enn Instagram.

Det å ha noe «i bioen» betyr at brukere linker til brukerkontoen sin på andre sosiale medier i biografien sin på Instagram. På denne måten kan hvem som helst besøke denne lenken uten å følge vedkommende på Instagram. «Kari» mente denne appen er mindre skummel, fordi man ikke ser hva slags anerkjennelse innholdet som er publisert har fått: «Man føler det er mindre skummelt for man kan ikke se hvor mange følgere folk har, og likerklipp også, den eneste som vet hvem som liker bildene dine, er deg selv, og da føles det mye tryggere.»

Digital identitet

Det siste undertemaet ble definert som «digital identitet.» Sosiale medier gir jentene mulighet til å uttrykke sin identitet online. «Kari» påpekte at det ikke er hvilke plattformer du velger på sosiale medier som definerer deg, men det du legger ut: «(...) ellers føler jeg

egentlig ikke det er plattformene som definerer deg, men det du legger ut på plattformen.»

Samtidig ser vi under «valg av medie» at jentene identifiserer Facebook med gamle mennesker, Discord med gamere, og bildedelingsapper med jenter, noe som tilsier at valg av plattform faktisk bidrar til å si noe om identitet.

«Malene» fortalte at Instagram kan si mye om en person, spesielt hvis vedkommende publiserer mye: «(...) en instagramkonto kan si ganske mye om en person. Det er forskjell på dem som har masse innlegg ute og dem som ikke har noe på en måte.» «Tina» som er en av de få som deler bilder på Instagram aktivt, sa seg enig:

Jeg legger ut på Instagram for å vise litt mer av meg selv, for jeg legger ikke bare ut av meg selv, jeg legger ut av vennene mine og hva jeg gjør, dansing snowboard, og litt diverse. Jeg føler det er litt sånn oppsummering av livet mitt på Instagram.

Bilder av dans, venner og fritidsaktiviteter er med på å gi andre et inntrykk av hvem «Tina» er, og viser en del av hennes identitet online. Samtidig påpekte «Ane» at det kun er noen små biter av informasjon som publiseres på sosiale medier: «Du får jo ikke sagt absolutt alt om deg på sosiale medier, så du får bare liksom noen små biter av informasjon om den personen, du får ikke postet hele deg på Instagram eller Snapchat.» «Celine» og «Beate» sier seg enig, og poengterte at dersom du ikke har møtt dem i virkeligheten, er det vanskelig å skape et fullverdig bilde av hvem de er:

«Celine:» Hvis du ser det jeg har postet på Instagram for eksempel, så sier ikke det deg så veldig mye, og det sier deg ikke noe om hvem jeg er, hvis ikke du faktisk har sett meg(...).

«Beate:» Det som jeg legger ut, er jo det jeg har lyst til å vise til folk, så det er bare den biten de online kan se, men de kan jo ikke se hele min personlighet, eller sånn meg.

Videre påpekte «Beate» at det hun legger ut er det hun har lyst til å vise frem. Dette er et poeng «Ane» også merket seg: «Online så er det jo du som velger hvilke bilder du deler, mens offline så liksom, er de jo gjerne med deg, så da ser man alt.» Det virker som om det er viktig for jentene at det de publiserer, gir et godt inntrykk av hvem de er. «Eva» sa at: «På Instagram så legger jeg ikke ut noe hvis jeg ikke synes det fremstår på en bra måte.» «Linn» tenker også nøye over hvordan andre vil oppfatte det hun deler: «Formålet er jo å gi et visst inntrykk, uansett hva slags inntrykk det er så tenker man over hvordan kommer dette til å oppfattes av andre når jeg legger det ut.» Mange av de ovennevnte utsagnene handler om deling av bilder. «Silje» poengterte at hun også er opptatt av å dele synspunkter og tanker rundt temaer hun anser som viktig:

(...) det trenger ikke alltid å være positive ting, det kan være viktig ting, jeg brukte mye tid i fjor på å legge ut ting om kreft ogsånn (...) og det er ikke positivt, men jeg ville jo snakke om hvor viktig det var å holde sammen og sånn (...).

Dette er noe også «Tone» trakk frem: «Ofte kan det jo være sånn politiske ting man deler. Det sier jo mye om en person. Så hvis noen legger ut at de er imot abort eller kvinnehat og masse sånn,» og påpekte at verdier er med på å si mye om en person, og dens identitet. Basert på jentenes delte erfaringer ser vi at innhold som publiseres på sosiale medier kan være med på å gi andre et inntrykk av hvem du er. De poengterer riktignok at innhold sier lite om

en persons personlighet, spesielt dersom man ikke kjenner hverandre utenfor plattformene.

Videre vil oppgaven ta for seg diskusjon av resultater sett i lys av tidligere forskning og teori.

Diskusjon

Denne masteroppgaven har som formål å besvare problemstillingen: *Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennsrelasjonene til unge norske jenter?* med forskningsspørsmålene: *Hvordan beskriver unge jenter sin daglige bruk av smarttelefon? Hvordan inngår kommunikasjon og samvær med venner i daglige rutiner? Hvordan beskriver norske unge jenter kommunikasjon med venner på sosiale medier?*

Resultatdelen indikerer at de unge norske jentene i mitt utvalg vier mange av døgnetts våkne timer til sosiale medier. Gjennomsnittlig bruk er syv timer per dag. Mye av kommunikasjonen de har med andre venner og jevnaldrende foregår over sosiale medier, og de fleste sosiale sammenkomster planlegges her. Ifølge jentene risikerer de å havne på utsiden av de sosiale fellesskapene dersom de ikke har brukerkonto på minst ett sosialt medie. Samhandling på sosiale medier ser ut til å erstatte mange av hverdagens fysiske møter, og det er hovedsakelig kun på skolen jentene omgås med hverandre. Jentene opplever kommunikasjonen på sosiale medier som effektiv, praktisk og tilgjengelig. Via sosiale medier får de konstant innpass i hverandres liv og hverdag. Funksjonene sosiale medier har, gjør det lett for dem å samhandle med flere jevnaldrende på en gang, gjerne på tvers av geografiske områder. Selv om jentene opplever denne digitale formen for samhandling effektiv, går behovet for å være tilgjengelig til enhver tid ofte på bekostning av tilstedeværelse i hverdagslige øyeblikk.

Den kommende delen av oppgaven vil løfte frem og diskutere resultatene opp mot problemstillingen, forskningsspørsmålene, teori og tidligere forskning. Videre vil jeg belyse svakheter og styrker ved studien og gi implikasjoner for videre forskning, før jeg til slutt kommer med en konklusjon.

Økende bruk av sosiale medier

Basert på resultatpresentasjonen ser vi at sosiale medier opptar mesteparten av dagen til jentene fra min studie. I løpet av dagen utveksler jentene bilder, videoer og «chatter» med hverandre. Bakken et al (2016) rapporterte at gjennomsnittlig bruk av sosiale medier er mellom to til fire timer daglig. Ifølge mine resultater har dette endret seg. I 2022 da jeg gjennomførte min datainnsamling hadde jentene syv timer skjermtid i gjennomsnitt hver dag. De presiserte at skjermtid hovedsakelig innebærer bruk av sosiale medier.

Det ser også ut til at det har skjedd en endring de siste årene i hvilke sosiale medier som er mest populære. Medietilsynet (2020) peker på Youtube som det mest attraktive sosiale mediet. I mitt materiale er det kun to av jentene som bruker denne appen. Det ser også ut til å være en endring for bruken av Instagram som medietilsynet i 2020 plasserte relativt høyt opp på listen. I dag bruker færre ungdom Instagram, og det virker som den eldre generasjon har tatt over stafettpinnen. Dette gjelder også for Facebook som allerede i 2020 hadde lav brukerstatistikk. Facebook og Instagram ble av jentene i min studie omtalt som «*oldisappene.*» Derimot har bruken av videoappen TikTok skutt i været, og er en av de mest populære sosiale mediene i dag, sammen med Snapchat. Snapchat stod også høyt på listen i 2020 (Medietilsynet), og har dermed holdt seg populær over de siste årene. Et sosialt medie som ikke står i rapporteten til Medietilsynet (2020) er Discord. Discord ser ut til å være mye brukt blant ungdom i dag og bør ved nyere rapportering inkluderes i målinger.

I resultatene fra min studie er det flere ting som kan indikere hvorfor bruken øker. Den ene er forventningen unge jenter ser ut til å oppleve om å skulle være tilgjengelig til enhver tid. Jentene fortalte at de føler seg bortimot forpliktet til å svare nære venner og kjæreste så fort en «chat» tikker inn. En annen årsak til økt bruk kan handle om at de tyr til telefonen for å unngå å kjede seg. Så fort de kjenner på symptomer som kan ligne kjedsomhet er oppdatering på sosiale medier redningen. Dette gjelder ikke bare i øyeblikk hvor de ikke mottar noen ytre

stimulis, men også når innholdet i skoletimen eller på filmen blir kjedelig. Denne konstante bruken av sosiale medier når det skjer noe annet som krever deres oppmerksomhet, minner om avhengighet.

En tredje årsak til at brukerkurven til sosiale medier stiger kan handle om at jentene ikke vil være på utsiden av det sosiale nettverkene. Flere av jentene i utvalget påpekte at det å ha en brukerkonto på sosiale medier er nødvendig for å ikke gå glipp av noe. De fleste sosiale sammenkomster avtales over Snapchat og Discord, og dersom de ikke oppdaterer seg jevnlig risikerer de å gå glipp av viktig informasjon og eventuelle avtaler.

Jentene fra min studie legger stor vekt på at de ulike sosiale mediene brukes til forskjellig formål. Dette er en viktig detalj for hvordan de bruker sosiale medier i hverdagen, og til å opprettholde vennsrelasjonene deres. Tidligere forskning ser kun på hvor mye tid ungdom bruker på forskjellige apper (Bakken et al., 2016), uten å gå i detalj på hva appene brukes til. I min studie får vi en oversikt over hvilke sosiale medier som brukes når, og til hvilket formål. Snapchat og Discord er mest anvendt til kommunikasjon med venner og andre jevnaldrende, mens TikTok og Instagram primært brukes for underholdning og for å «fylle tiden.»

Da jeg ba jentene sjekke hvor mye tid de brukte på telefonen ble de selv veldig overrasket over hvor høyt mediebruk de har i hverdagen. De påpekte det som trist at de bruker så mye tid på sosiale medier daglig, og assosierer den høye bruken med noe negativt. Det var derfor overraskende at ingen nevnte noe om å redusere mediebruken. Det er kun ytre reguleringer som fører til at de legger vekk mobiltelefon. Mødre, lærere og trenere prøver å sette føringer for å minimere bruken deres, men selv anstrenger de seg ikke for å sette noen grenser. I resultatdelen kommer det frem at jentene oppfatter det som slitsomt at alle sitter på hver sin telefon når de møtes. Man kan spørre seg hvorfor de ikke blir enige om å la mobilen

ligge igjen hjemme når de møtes? Eller skrur den av når de er sammen? Det virker som tilgjengelighetsbehovet trumfer.

Er det mulig å oppnå høyeste nivå av vennskap over sosiale medier?

Et av hovedtemaene i oppgaven handler om vennskap. Det ser ikke ut til at deltakerne har reflektert noe særlig over hva det betyr for dem, og synes begrepet er vanskelig å definere. Implisitt peker de imidlertid på gjensidighet, ærlighet, tillit, verdsetting og sympati som grunnleggende kvaliteter i et vennskap. Dette er i overensstemmelse med forskning utført av Kaland (2006) og Button (1979). I tillegg fremhever de viktighet av å kunne være seg selv, trives med hverandre og kjenne på trygghet i hverandres nærvær som grunnleggende verdier i deres vennsksrelasjoner.

Aristoteles hevdet i sin tid at dydsvennskap som baserer seg på gjensidig «well-wishing» er det sanne vennskap. Tidligere forskning (Kaland 2006; Button 1979) og resultater fra analysen viser at gjensidighet i form av gjensidig omsorg for hverandre også er grunnleggende for vennskap i dag. Selv om jentene trekker frem viktigheten av gjensidighet i deres vennsksrelasjoner, påstår filosofer fra nyere tid (Kaliarnta, 2016) at ekte dydsvennskap ikke kan blomstre over sosiale medier av tre ulike grunner. Videre vil jeg diskutere hver grunn opp mot mine resultater.

Ifølge Aristoteles er det å kjenne hele hverandres personlighet viktig for å oppnå dydsvennskap (Kaliarnta, 2016). Moderne filosofer hevder at dette er utfordrende over sosiale medier (Kaliarnta, 2016). Dette peker også resultatene fra min studie på. Deltakerne forteller at de kun poster små biter av informasjon om et individ som publiseres på sosiale medier, og at det derfor er vanskelig å bli kjent med hele hverandres personlighet. Jentene selekterer ut bilder fra livet som fremstiller dem i et godt lys, og viser kun deler av sin karakter. Det skal riktignok poengteres at kritikken som er rettet mot utfordringene av å oppnå dydsvennskap på sosiale medier gjelder for vennskap som kun utvikles og opprettholdes online. Deltakerne fra

min studie kjenner hverandre utenfor det teknologiske nettverket. Dette gjør at informasjonen de får om hverandres personlighet på sosiale medier kun er et supplement til det de ser av hverandre når de møtes fysisk.

I tillegg er det verdt å nevne at det stadig kommer nye sosiale medier hvor flere biter av et individs personlighet kan komme til syne. Instagram viser bilder med opplevelser fra hverdagen, TikTok viser humor og Snapchat hverdagslige øyeblikk. Sammenlagt kan innhold fra de ovennevnte appene bidra til å skape et mer fullverdig bilde av noens personlighet også uten at det er tilsiktet fra personens side.

Mangelen på mellommenneskelige signaler og engasjement i kommunikasjon over sosiale medier blir fremhevet som den andre årsaken til hvorfor ekte dydsvennskap ikke kan oppnås online (Kaliarnta 2016). Dette støttes av mine funn. Ifølge jentene sender de innholdsløse bilder til hverandre på Snapchat som ofte fører til monotone samtaler, uten mye engasjement. De påpekte samtidig at samtalene kunne føre til mistolkninger, da kroppsspråk og ansiktsuttrykk forsvinner.

Ellingsen et al (2014) viser også at fravær av mellommenneskelige signaler fører til mindre utslipp av nevrotransmittet oxytocin i hjernen. Mangel på oxytocin kan føre til begrenset sosial interesse for andre mennesker. Deltakerne forteller at de ofte føler en plikt til å svare hverandre, noe som tyder på at interessen for hverandres innhold egentlig ikke er så stor. Fravær av signaler, engasjement og sosial interesse i kommunikasjon på sosiale medier gjør at forutsetningene for et fullverdig dydsvennskap ikke er oppfylt. Samtidig kommuniserer jentene med hverandre når de møtes ansikt til ansikt. I denne fysiske kommunikasjonsformen vil de mellommenneskelige signalene komme til uttrykk.

Til slutt er filosofer skeptiske til måten sosiale medier former måten vi forholder oss til hverandre på i dagens samfunn (Kaliarnta, 2016). De er redde for at unge mennesker vil være fornøyde med å kun samhandle over sosiale medier. Basert på resultater fra analysen ser

det til at de uroer seg med god grunn. Resultatene tyder på at deltakerne er tilfredse med å opprettholde vennsksrelasjoner over sosiale medier, og at ønsket om å møtes fysisk minsker. Noen av deltakerne møtes på ettermiddagen og i helgene, men de gir uttrykk for at dette er relativt sjeldent. Samtidig er alle jentene flere timer på skolen daglig, og forteller at de dekker behovet for fysisk kontakt når de møtes i friminuttene og i timen.

De tre ovennevnte begrensningene i digital kommunikasjon for utvikling av dydsvennskap er som nevnt spesielt rettet mot vennskap som kun utvikles og opprettholdes over sosiale medier. Samtidig som mye av samhandlingen mellom jentene i mitt utvalg foregår over sosiale medier, møtes de også fysisk. Vi må derfor ikke legge helt fra oss tanken om at dagens ungdom kan oppnå høyeste nivå av dydsvennskap, selv om mye av samhandlingen mellom dem foregår over sosiale medier.

Hvordan kommer sosial støtte til uttrykk på sosiale medier?

Nå som vi er inne på temaene vennskap og kommunikasjon på sosiale medier, vil jeg diskutere hvordan sosial støtte kan forekomme over sosiale medier. Jentenes vennsksrelasjoner faller innunder deres sosiale nettverk. I følge Berkman og Glass (2000) er noe av det viktigste et sosialt nettverk kan tilby sosial støtte. De deler sosial støtte inn i flere undertyper som inkluderer emosjonell, instrumentell, bekreftende og informerende støtte. Mye av kommunikasjonen jentene har med hverandre på sosiale medier forekommer i form av likerklikk og kommentarer. På denne måten anerkjenner og bekrefter de hverandres innhold. Med bakgrunn i resultatene ser det ut til at tilbakemeldinger ikke bare er uttrykk for smaksdommer, altså om de liker bildet, men om å ivareta vennskap. Det blir fremhevet nærmest som en norm at gode venner berømmer innhold som deles på sosiale medier. Denne typen støtte som jentene nevner, kan beskrives som bekreftende.

Ifølge jentene er det lettere å gi hverandre bekreftende støtte på sosiale medier enn ansikt til ansikt. Dette kan ha noe med at funksjoner på de forskjellige appene gjør det enkelt

og effektivt å anerkjenne innhold. Likeknapper, og ferdiglagde forslag til kommentarer laget av Instagram, Snapchat og TikTok tilrettelegger for tilbakemeldinger. Det kan også være uttrykk for at det å legge ut et bilde, oppfattes som en implisitt måte å be om tilbakemelding på. I ansikt til ansikt kommunikasjon er det ingen teknologiske funksjoner som skisserer kommentarer for deg. I og med at deltakerne begynner å foretrekke apper som skjuler likerklubb og kommentarer for andre brukerprofiler, tyder det på at tilbakemeldingene de får kun er for egen sosial støtte, og ikke for å ha status på sosiale medier.

Berkman og Glass (2000) peker også på at bekreftende støtte innebærer å hjelpe hverandre med å ta riktige valg i forskjellige situasjoner. Når jentene skal publisere bilder på sosiale medier, sender de ofte flere alternativer til hverandre og søker hjelp til å avgjøre hvilket bilde som er finest. På denne måten mottar de bekreftende støtte i form av at de får hjelp til å velge hvilket bilde som skal publiseres. Med dette i hende ser det ut til at det er enklere og mer vanlig for unge jenter å gi hverandre bekreftende støtte på sosiale medier enn i ansikt til ansikt kommunikasjon. De andre undertypene av sosial støtte blir ikke nevnt av deltakerne, og ser dermed ikke ut til å være like fremtredende i kommunikasjon på sosiale medier. De andre typene støtte forutsetter kanskje at man må være mer fysisk involvert i hverandres liv, enn hva jentene i min studie er.

Identitet i en digital kontekst

Tilbakemeldingene jentene får på sosiale medier kan diskuteres som et viktig element i deres identitetskonstruksjon. I følge Erikson utvikles identitet i samhandling med andre. Basert på resultatene ser vi at mye av samhandlingen unge jenter har med hverandre i dag foregår over sosiale medier. Denne samhandlingen er blant annet via likerklubb og kommentarer på innholdet som deles på ulike sosiale medier.

Ifølge resultatdelen er tilbakemeldingene jentene får primært knyttet til å ivareta vennskap, og har lite å gjøre med innhold. Anerkjennelse av det jentene publiserer kan på den

ene siden tenkes å styrke deres identiteter da de mottar bekreftelse som kan være med på å forsterke deres sosiale relasjoner. Dette kan bidra til å utvikle det Erikson (1968) kaller en positiv identitet. På den andre siden kan manglende tilbakemeldinger føre til at de blir usikre på hvem de, og hvilken relasjon de har til venner og andre jevnaldrende. Med bakgrunn i resultatene ser vi at det forventes at gode venner gir likerklipp og kommentarer. Mangelen på dette kan få dem til å tvile på vennsrelasjonen til personen de mangler tilbakemelding fra. Erikson pekte på at identitet er et grunnleggende sosialt fenomen. Når fysisk samvær blir minimert, kan vi tenke oss at mer og mer av identitetsdannelsen skjer i den digitale sfæren. En manglende følelse av tilhørighet til sosiale vennsnettverk og usikkerhet knyttet til deres vennsrelasjoner kan bidra til identitetsforvirringen som Erikson nevner i sin teori (Erikson, 1968).

Når det gjelder det visuelle og innhold i bilder og videoer der de selv figurerer det, ser det ut til at dagens unge jenter ønsker et mer hverdagslig og ufiltrert innhold på sosiale medier enn generasjonen før dem. Dette kan være en av årsakene til at Instagram blir mindre brukt blant unge jenter i dag. Instagram er det sosiale mediet som legger best til rette for perfekt selvpresentasjon. Bare få av jentene fra utvalget forteller at de deler og konsumerer innhold på Instagram. Det de selv formidler er at de er lei av perfektjonisme og filter på sosiale medier. Ifølge resultatene er det TikTok og Snapchat som er mest relevant i dag. Dette kan henge sammen med at innholdet på TikTok og Snapchat er mer hverdagslig og ærlig. På Snapchat deler jentene videoer der de forteller om hverdagen sin, og på TikTok publiserer de videoklipp som de har satt sammen i friminuttene.

En fordel med skifte fra redigerte bilder til «ærlige» presentasjoner kan være at dagens jenter unngår en identitetskonflikt knyttet til hvordan de fremstiller seg på sosiale medier, og hvordan de fremstår i den virkelige verden. Dersom unge jenter presenterer en redigert utgave som tilfredsstiller normene for hvordan man bør fremstå kan det oppstå ubehag når de skal

møte andre mennesker i den fysiske virkeligheten. De kan bli konfrontert med at den digitale selvpresentasjonen ikke stemmer overens med den de er i det virkelige livet. Nå som fokuset er tatt bort fra perfektionisme og redigeringsapper, kan det være enklere for jentene å ha samsvar mellom identiteter de presenterer online og de som tilhører hverdagslivet.

Det skimtes allikevel en viss ambivalens i resultatdelen. Selv om jentene på den ene siden er lei perfektionisme og redigeringsapper, er de opptatt av å «se best mulig ut» og «fremstå på en bra måte» når de selv først deler noe på sosiale medier. De vegrer seg også for å publisere noe, og noen unngår det helt. Det virker dermed som det er stor avstand mellom det å ta avstand fra retusjering, og det å eksponere den hverdagslige utgaven av seg selv. Det kan muligens handle om at de er i en sårbar alder som preges av mye usikkerhet, eller det kan innvarsle en ny trend med mer forsiktig digital eksponering.

Det at jentene søker bekreftelse fra venner før de publiserer innhold kan peke mot at de opplever seg usikre. Det å kjenne på usikkerhet vil trolig være en del av identitetsutviklingen hos unge jenter. Ungdomsårene handler i stor grad om å utforske hvem man er både alene og i samhandling med andre. Sosiale medier kan bidra til å forsterke usikkerheter da unge jenter konstant blir eksponert for innhold fra andre jevnaldrende. Det at appene fjerner likerklikk kan også være en respons på at brukerne ikke ønsker for mye press på evaluering og popularitetsmåling.

Teknologiens betingelser for samhandling

Den økende bruken av sosiale medier fører til at mye av kommunikasjonen ungdom har med venner og jevnaldrende foregår digitalt. Nesi et al (2018) pekte på syv trekk som skiller mediebasert kommunikasjon fra ansikt til ansikt kommunikasjon. Disse syv trekkene kommer også til uttrykk i mine forskningsfunn.

Mine funn bekrefter at samtaler over sosiale medier ofte blir asynkrone (Nesi et al, 2018). Hierarkisk plassering av venninner avgjør hvor fort jentene svarer hverandre. Dersom

det er en nær venn tar det ikke mange sekundene før de responderer, og samtalen blir jevn og flytende. Derimot hvis det er venner som ligger plassert lenger ned på den hierarkiske vennestigen er det til tider «stress» å svare med en gang, og halfswipe er redningen. Dette fører til asynkronitet i online samtaler. I tillegg pekte resultatene på at det å ha forskjellige samtaler med hverandre på forskjellige apper, også er noe som fører til asynkronitet.

Videre blir trekket offentlighet (Nesi, et al, 2018) også belyst i resultatdelen. Via blant annet vloggene jentene publiserer på Snapchat kan de kommunisere samtidig med en gruppe av jevnaldrende på samme tidspunkt. Det virker som det er vanlig å avgrense mottakergruppe til kun nære venner, og de publiserer oftest på låste profiler. På denne måten er innholdet offentlig, men for et begrenset antall publikum. Avgrensningen kan henge sammen med at innholdet er personlig, med detaljerte beskrivelser fra hverdagen. Vloggene de publiserer på Snapchat er kun tilgjengelig i 24 timer og lagres ikke permanent. I og med at det er video, vil det også være vanskelig å fange essensen av innholdet i en skjermdump. Instagram og TikTok brukes også til å publisere innhold offentlig. Her er innholdet tilgjengelig på ubestemt tid noe som øker faren for permanent lagring. Ingen av jentene ga uttrykk for bekymring om at innholdet de deler kan lagres permanent av andre, så det er ikke sikkert de er bevisst på dette.

Trekket tilgjengelighet (Nesi et al., 2018) kommer også frem i resultatdelen. Tilgjengeligheten sosiale medier skaper gjør det mye enklere for dagens jenter å opprettholde kontakt med hverandre på tvers av geografiske områder. Snapchat ser ut til å være det sosiale mediet hvor tilgjengeligheten kommer best til syne. Funnene viser at tilgjengeligheten online kommunikasjon skaper bidrar til at jentene kan opprettholde vennskap uavhengig av geografisk plassering. Flere av deltakerne forteller at de har venninner fra andre skoler og andre byer. Uten sosiale medier ville det vært vanskelig for dem å opprettholde kontakt, og mange vennskap kunne dermed gått i oppløsning.

Tilgjengelighet bidrar også til at jentene kommuniserer med hverandre på sosiale medier imens de egentlig holder på med noe annet, som for eksempel å være på skolen. Når jentene sjekker sosiale medier i undervisningstimen, vender de oppmerksomheten bort fra lærerne og lærestoffet. Dette kan indikere manglende respekt og interesse. Derimot når de sjekker sosiale medier fordi de kjeder seg imens de venter på bussen tar de hverken tiden, eller oppmerksomheten, til andre rundt seg. Dette er ikke en forskjell jentene ser ut til å reflektere noe over. Denne mangelen på sensitivitet overfor omgivelsene kan peke mot at de sosiale har en forrang i jentenes oppmerksomhet.

Selv om sosiale medier gjør det mulig å kommunisere med venner langt unna til enhver tid, er denne kommunikasjonen preget av et fravær av signaler (Nesi et al., 2018). Bevissthet knyttet til fravær av ansiktsuttrykk, berøring og toneleie i online kommunikasjon er noe jentene ser ut til å være klar over. Når mellommenneskelige signaler ikke synliggjøres er det vanskelig å tolke innhold, og faren for misforståelser er stor. Jentene hevder at kommunikasjon de har ansikt til ansikt i fysiske møter oppleves mer personlig fordi de mellommenneskelige signalene blir mer presente. Det at jentene selv snakker om fysisk samvær som «offline kommunikasjon» sier allikevel mye om at det digitale samværet har blitt det primære.

Mye av dagens kommunikasjon foregår over vlogger der jentene filmer seg selv snakke. På denne måten vil ansiktsuttrykk og kroppsspråk synliggjøres for mottakergruppen. Det vil allikevel være en asynkronitet som gjør at denne visualiseringen ikke får samme relevans som mellommenneskelige signaler i «offline» kommunikasjon. Packer (2021) fremhever at jenter i ungdomsalderen setter intimitet nært. Over sosiale medier er fysisk berøring og intimitet umulig, men det kommer ikke til uttrykk at dette er noe jentene savner i særlig grad.

Selv om det er opplagte ulemper fravær av signaler gir, virker det som deltakerne har et ambivalent forhold til dette. For mange fungerer sosiale medier som en beskyttelse i kommunikasjon med jevnaldrende, og peker på fravær av signaler som en trygget for kommunikasjon. Siden ansiktsuttrykk, kroppsspråk og tonefall blir skjult bak teknologiens egenskaper, er det mindre sperrer for hva de velger å skrive til hverandre. Det er enklere for dem å være direkte og si hva de mener. Skjermen fungerer som et skjold som gjør det enklere for sjenerte og introverte å skape kontakt med andre. Dermed er ikke fravær av signaler bare en ulempe med online kommunikasjon, men også en fordel slik jentene ser det. Fra et annet perspektiv kan det være tegn på sosial tilbaketrekning og mangel på oxytocin.

Deltakerne beskriver at kontakten de har med andre på sosiale medier har form av likerklikk, visninger, venner og delinger. Dette bekrefter Nesi et al og påpeker at kvantifisering er et trekk ved sosiale medier (Nesi et al, 2018). Høye tall er ifølge deltakerne ofte assosiert med popularitet og status. Selv størrelsen på vennekretser måles på sosiale medier. Ifølge deltakerne kan det å ha få følgere, og få likerklikk attribueres til at du har få venner. I og med at Instagram har innført en funksjon som gjør det mulig å skjule antall likerklikk, kan det tyde på at brukere ønsker mindre kvantifisering på sosiale medier. Det kan overgangen fra Instagram til bildedelingsappen VSCO være med på å bekrefte. All kvantifiserbarhet på VSCO er skjult for andre, og dette ser ut til å være foretrukket av brukerne. Det kan derfor se ut til at kvantifiserbarhet på sosiale medier er mindre populært i dag enn tidligere.

«Streaks» er et nyere eksempel på kvantifiserbarhet (Nesi et al, 2018) i online kommunikasjon. Det er varierende hvor viktig jentene i denne studien synes det er å opprettholde «streaks» med hverandre. Noen mener streakkulturen er for yngre snapchatbrukere, mens andre er veldig opptatt av at «streaken» ikke skal forsvinne. Dersom det er nødvendig ringer de til hverandre for å passe på at den gjensidige snappen blir sendt,

slik at streaktallet opprettholdes. Gjensidighet trekkes frem som et viktig element for vennskap (Kaland, 2006; Button, 1979). For å opprettholde en snapstreak er gjensidighet viktig. Dersom det ikke utveksles en snap mellom begge brukere innen 24 timer, vil snapstreaken forsvinne og den daglige kontakten kan stoppe opp.

Til slutt ser det ut til å ha skjedd en endring knyttet til visualitet på sosiale medier. Nesi et al hevdet i 2018 at visuelle manifestasjoner tilrettelegger for utseendebasert sammenligning. I dag virker det som om jentene heller henter inspirasjon fra hverandre på sosiale medier fremfor å sammenligne seg. Ifølge deltakerne inspireres de både av jevnaldrende og influensere. Når det kommer til bruk av filtre og redigeringsverktøy ser dette ut til å være upopulært. Ifølge jentene er det pinlig å redigere utseende sitt på sosiale medier.

Digital interaksjon er på mange måter enklere enn å fysisk måtte oppsøke venner for å kunne kommunisere med dem. Dette kan påvirke vennskap ved at sosiale medier gir hyppig tilgang på sosial støtte, samtidig som det gjør det enklere for ungdom å holde kontakt med venner som er fra et annet geografisk område (Nesi et al., 2018).

Teknologiens sosiale konstruksjon og teknologideterminisme

Før jeg beveger meg over til å belyse oppgavens styrker og svakheter vil jeg til slutt diskutere «teknologiens sosiale konstruksjon» og teknologideterminisme i lys av mine resultater. Basert på resultatene i denne studien kan vi ikke se på bruken av sosiale medier som smarttelefonen og teknologien har lagt til rette for, som enten deterministisk eller konstruktivistisk, men det er mulig å reflektere over deterministiske og konstruktivistiske tendenser. Først vil jeg diskutere hvordan teknologideterminismen kommer til uttrykk i mine resultater.

Teknologideterminismen hevder at teknologien er den primære forandringskraften i samfunnet, og kan skape varige endringer i sosial praksis (Baltzersen, 2008). Perspektivet ser på utviklingen av smarttelefonen som noe som har kommet inn i livene våre og endret måten

vi operer på i hverdagen. Med bakgrunn i resultatene ser vi at smarttelefonen og sosiale medier i stor grad har endret hverdagen og samværsformene til jentene i min studie. Sosiale medier påvirker jentenes sosiale relasjoner og kommunikasjonsmønstre. Mesteparten av kontakten de har med hverandre er digital gjennom sosiale medier. Teknologien har lagt føringer for å skape interaksjon med venner via bare ett tastetrykk, fremfor å fysisk måtte oppsøke hverandre. Jentene hevder at teknologien og sosiale medier har gjort kommunikasjonen med venner mer praktisk og effektiv, men at samtale ofte blir mer overfladiske og mindre personlige.

I tillegg til at smarttelefonen har endret måten unge jenter pleier sine vennsrelasjoner, har den også forandret måten de bruker tiden sin på. Basert på resultatene ser vi at de er mindre aktive og deltakende i hverdagslig fysisk samhandling. Den konstante bruken av sosiale medier gjør at de går glipp av samtaler ved middagsbordet, viktig kunnskap i skoletimen, og soner ut i sosiale sammenkomster. Jentene ser ikke ut til å tenke over hvilke konsekvenser det skaper for dem. Det virker som de bare tar for gitt at de alltid skal være tilgjengelig for hverandre og svare umiddelbart. Utenfor sosiale medier er skolen den primære arenaen for fysiske sammenkomster, og dette er en institusjon der unge jenter fremdeles er forventet å være fysisk til stede. Samtidig har virkeligheten to nivåer og den digitale sfæren ser ut til å danne forgrunn mens den fysiske virkeligheten er bakgrunn.

Videre er avhengighet en annen måte vi kan se teknologideterminisme komme til uttrykk på. Sosiale medier ser ut til å være avhengighetsskapende ved å gi umiddelbar stimulering gjennom likerklipp, kommentarer, varslinger og «streaks.» Basert på det jentene i min studie sier ser det ut til å fungere. Den konstante bruken av sosiale medier i løpet av dagen, og måten jentene selv-stimulerer seg på med smarttelefonen samt hvordan de bruker den når de holder på med andre ting kan tyde på en form for avhengighet. Dette medfører at de mister fokus på andre deler av livet og blir mindre sosialt til stede. Fra et

teknologideterministisk standpunkt kan vi påstå at teknologien har en faktisk påvirkning på samfunnet og menneskene som bruker den. Det er jentene fra min studie et eksempel på. Teknologien har endret måten jentene i studien opererer på i hverdagen, og opprettholder sine vennsrelasjoner.

På den andre siden ønsker jeg å belyse hvordan konstruktivisme kommer til uttrykk i mine resultater. «Teknologiens sosiale konstruksjon» vektlegger at det er sosiale forhold og konteksten som er avgjørende for teknologivalg og utviklingen av teknologien i samfunnet (Baltzersen, 2008). Perspektivet hevder at smarttelefonen og sosiale medier er utviklet i samspill med samfunnet, gjennom en interaksjon mellom bruker og utvikler. Resultatene mine viser at jentenes kommunikasjonsmønstre og relasjoner påvirkes av sosiale medier, men det er ikke nødvendigvis et direkte resultat av teknologien i seg selv. Ut ifra perspektivet «teknologiens sosiale konstruksjon» kan sosiale forhold og kulturelle faktorer spille en rolle for hvordan jentene forholder seg til teknologien. Det ser vi blant annet ved at det er regionale forskjeller i hvordan jentene i Sør og jentene i Midt-Norge bruker teknologien. Jentene i Midt-Norge bruker Discord mer enn hva jentene i Sør gjør. I tillegg er lærerne i Midt-Norge strengere på mobilbruk i timen enn hva lærerne i Sør er. Dette viser at kulturelle faktorer og sosiale forhold kan ha betydning for bruk, og støtter dermed et konstruktivistisk syn.

Det konstruktivistiske perspektivet legger også vekt på at brukerens ønsker og behov er med på å forme utviklingen av plattformene og funksjonene som tilbys på sosiale medier. I resultatdelen forteller jentene at Instagram har kommet med en funksjon som gjør det mulig å fjerne likerklipp. Muligheten for å fjerne likerklipp kan komme fra brukerens ønske om mindre tallfesting på sosiale medier. Dette er et eksempel på hvordan brukerens behov påvirker utvikling av funksjonene på sosiale medier. Oppsummert ser vi at det er mulig å se på resultatene både fra et deterministisk og konstruktivistisk synspunkt. Jeg vil derfor ikke konkludere med et enten eller perspektiv.

Styrker og begrensinger

Styrker

Utvalget mitt består av 32 deltakere. Til å være kvalitativ forskning kan dette betraktes som et tilfredsstillende utvalg. Et høyt antall deltakere har bidratt til å gi et bredt spekter av perspektiver og erfaringer. En annen styrke ved oppgaven er at deltakerne er rekruttert fra forskjellige skoler, og forskjellige byer. Dette har skapt variasjon og bredde i datamaterialet. Jeg vil også peke på min fysiske tilstedeværelse i fokusgruppesamtalene som en tredje styrke. Det ga meg muligheten til å fange opp mellommenneskelige signaler og uttrykk som bidro til å gi ytterligere innsikt i jentenes delte opplevelser og perspektiver. I denne oppgaven har vi fått bekreftet at mangelen på mellommenneskelige signaler kan føre til misforståelser og tap av viktige ledetråder. Dersom jeg for eksempel hadde gjennomført fokusgruppesamtalene digitalt, kunne jeg risikert å gå glipp av viktige ikke-verbale signaler. Dette kunne påvirket min tolkning og forståelse av dataen.

Begrensninger:

Selv om et utvalgt på 32 deltakere i en kvalitativ studie kan betraktes som stort, er det allikevel begrenset i forhold til å kunne representere hele den unge jentepopulasjonen i Norge. Derfor er representativitet en svakhet ved denne oppgaven. En annen begrensning er også generaliserbarhet som blir nevnt tidligere i oppgaven. Det skal dog poengteres at kvalitativ forskning er mer opptatt av å forstå fenomener i dybden enn å oppnå generaliserbarhet og representativitet. Dersom generaliserbarhet og representativitet hadde vært formålet, ville kvantitativ forskning vært mer passende.

Til slutt vil jeg nevne en begrensning ved fokusgruppesamtale som datainnsamlingsmetode. Selv om fokusgruppesamtaler er en effektiv måte å samle data fra flere deltakere på en gang, kan konformitet være en begrensning. Jenter i ungdomsårene kan være preget av mye usikkerhet og sosialt press. Det kan derfor oppleves som ubehagelig for

dem å uttrykke avvikende meninger eller perspektiver. Dette kan medføre at viktige betraktninger ikke blir presentert. Dersom jeg hadde benyttet dybdeintervjuer kunne jeg unngått denne fallgruven. Det kunne imidlertid gått utover utvalgsstørrelsen og mengden data, samtidig som jeg kunne risikert at færre meldte sin interesse da det kunne vært mer ubehagelig for jentene å sitte en-til-en med meg.

Implikasjoner for videre forskning

Denne masteroppgaven har hatt som formål å se på hvordan sosiale medier påvirker hverdagen og vennsrelasjoner til unge norske jenter. Studiet har bidratt til økt kunnskap rundt hvordan unge jenter praktiserer sin hverdag og sine vennsrelasjoner i en digital kontekst. Sammenlignet med tidligere studier (Bakken et al., 2016; Eriksen, 2021) viser mine resultater en stor økning i bruk av smarttelefonen og sosiale medier over relativt få år. Denne bruken har endret måten unge jenter opererer på i hverdagen og opprettholder sine vennsrelasjoner.

Videre viser resultatene endring i preferanse for innhold på sosiale medie. Jentene ønsker mindre perfektionisme og mer hverdagslig innhold. Influenser Sophie Elise fremstilling av det perfekte liv er «old school» mens Leah Behn som forteller om sine utfordringer er «in.» Dette peker på at endringer skjer raskt. For videre forskning kan derfor liknende studier som det jeg har gjennomført gjentas siden samværsformer, preferanser og medievaner ser ut til å endres over kort tid. Disse endringene kan si noe om hvordan teknologien er med på å forme samfunnet. Kunnskap om endring kan gi oss et grunnlag for å ta beslutninger om hvordan vi ønsker å kontrollere og styre teknologibruken i samfunnet.

Nyere internasjonal forskning peker på en sterk sammenheng mellom dårlig psykisk helse og unge jenters bruk av sosiale medier (Twenge et al., 2022). En tendens som antydes av jentene i denne oppgaven er at de i økende grad velger bort fysisk samvær med andre

jenter. Sosial tilbaketrekning kan være et varsel om at den psykiske helsen utvikler seg i en dårlig retning. Denne tendensen er noe som bør følges opp i videre forskning. Til slutt vil jeg nevne at det kan være interessant å gjennomføre lignende studier på gutter for å se om det finnes forskjeller og likheter.

Oppsummering og konklusjon

Denne oppgaven har forsøkt å besvare problemstillingen: *Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennskapsrelasjonene til unge norske jenter?* med forskningsspørsmålene: «*Hvordan beskriver unge jenter sin daglige bruk av sosiale medier?*» «*Hvordan inngår kommunikasjon og samvær med venner i daglige rutiner?*» «*Hvordan beskriver norske unge jenter kommunikasjon med venner på sosiale medier?*» Underveis i resultat og diskusjonsdelen har jeg indirekte svart på problemstillingen. Allikevel vil jeg helt avslutningsvis gi et oppsummerende svar på de tre forskningsspørsmålene som igjen er med på å besvare den overordnede problemstillingen:

Hvordan beskriver unge jenter sin daglige bruk av sosiale medier? Jentene fra min studie forteller både direkte og indirekte at sosiale medier opptar en stor del av hverdagen deres. Sosiale medier er det første de sjekker når de står opp, og det siste de oppdaterer seg på før de legger seg. Gjennomsnittlig bruk er hele 7 timer daglig. TikTok, Snapchat og Discord står frem som de aller mest populære sosiale mediene, selv om også Twitter, Youtube, Facebook og Instagram blir brukt. Det finnes få begrensinger for hvor og når jentene oppdaterer seg på sosiale medier. Uavhengig om de er på bussen, i skoletimen, på treningssenter eller møter venner fysisk, tar sosiale medier stor plass. Til tross for at jentene er sjokkert over egen mediebruk og vurderer den som høy, er det ingen av dem som anstrenger seg for å minimere bruken. Det er kun lærere, trenere og til tider foreldre som prøver å redusere mediebruken deres.

Hvordan inngår kommunikasjon og samvær med venner i daglige rutiner?

Basert på resultatene vil jeg gå så langt som å si at majoriteten av samværet og kommunikasjonen jentene fra min studie har med hverandre er over sosiale medier. Utenfor sosiale medier er skolen den primære arenaen for sammenkomster, noe de virker tilfreds med. Dette kan ha mye å gjøre med at de fleste har sine nærmeste venner på skolen. Enkelte av

deltakerne forteller også at de møtes på fritiden, men det er selvfølgelig ikke uten sosiale medier. De forteller at de lager tik tok sammen, ser på tik tok sammen, eller dokumenterer alt de gjør via bilder og videoer på snapchat.

Hvordan beskriver norske unge jenter kommunikasjon med venner på sosiale medier?

Deltakerne mine beskriver kommunikasjonen med venner på sosiale medier som effektiv da de kan kommunisere med flere på en gang på tvers av geografiske områder. I løpet av dagen utveksler de «chatter,» bilder, videoer og meldinger. Et fellestrekk er de alle har behov for å være tilgjengelig for hverandre til enhver tid. Dette gjør at smarttelefonen alltid er innenfor rekkevidde. En gjennomgående tendens er at jentene opplever digital kommunikasjonen som lite meningsbærende, og påpeker at mangelen på mellommenneskelige signaler ofte kan gjøre det vanskelig å tolke innhold, og føre til misforståelser. Det ser derimot ikke ut til å påvirke dem såpass mye at de velger bort denne kommunikasjonsformen, heller tvert i mot.

Kommunikasjonen jentene har med hverandre på sosiale medier ser også ut til å påvirke hvordan de utvikler sine identiteter. I dag virker det som om tilbakemeldinger på sosiale medier handler om bekreftelse av vennsrelasjoner fremfor smaksdommer. Via likes og positive tilbakemeldinger kan de motta sosial aksept, og sosial validering av identitet.

Litteraturliste

- American Psychological Association. (2020). *Publication manual of the American Psychological Association* (7th ed.). <https://doi.org/10.1037/0000165-000>
- Aristoteles. (1925). *The Nicomachean Ethics*. Oxford university press.
- Bakken, A., Frøyland, L. R. & Sletten, M. A. (2016). *Sosiale forskjeller i unges liv. Hva sier Ungdata-undersøkelsen?* (NOVA Rapport 3/16). Velferdsforskningsinstituttet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/20.500.12199/5103/Sosiale-forskjeller-i-unges-liv-NOVA-Rapport-3-2016-18-april-.pdf?sequence=1>
- Bakken, A. (2022). *Ungdata 2022. Nasjonale resultater* (NOVA Rapport 5/22). Oslo: NOVA, OsloMet. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/bitstream/handle/11250/3011548/NOVA-rapport-5-2022.pdf?sequence=5&isAllowed=y>
- Baltzersen, R. K. (2008). *Hva er egentlig teknologideterminisme? Et forsøk på å tydeliggjøre begrepet gjennom å skille mellom nomologisk og normativ teknologideterminisme.* (Arbeidsrapport 2008:6). Høgskolen i Østfold. <https://hiof.brage.unit.no/hiof-xmlui/handle/11250/148320>
- Barstad, A. (2009, 9. mars). *Gode venner- sjeldne fugler?* Statistisk sentralbyrå. <https://www.ssb.no/sosiale-forhold-og-kriminalitet/artikler-og-publikasjoner/gode-venner-sjeldne-fugler>
- Baumeister, R. & Leary, M. (1995). The need to belong: Desire for Interpersonal Attachments as a Fundamental Human Motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 476-529. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.117.3.497>
- Bergsland, M. D. (2021). Refleksivitet I empirisk kvalitativ forskning på symbolske maktrelasjoner: Med utgangspunkt i Bordieu. *Norsk pedagogisk tidsskrift*, 105(1), 42-54. <https://doi.org/10.18261/issn.1504-2987-2021-01-05>

- Berkman, L. F. & Glass, T. (2000). Social integration, social networks, social support, and health. I. Kawachi & L F. Berkman (Red.), *Social epidemiology*, (s. 137-173.) Oxford university press.
- Bonaunet, K. (2008). Omsorg for andre I Aristoteles` etikk. *Norsk filosofisk tidsskrift*, 43(3), 184-197. <https://doi.org/10.18261/ISSN1504-2901-2008-03-02>
- Braun, V. & Clarke, V. (2008). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Brink, H. I. (1993). Validity and reliability in qualitative research. *Curations*, 16(2), 35-38. <https://doi.org/10.4102/curationis.v16i2.1396>
- Buckingham, D. (2008). *Youth, identity, and digital media*. The MIT press.
- Button, L. (1979). Friendship patterns. *Journal of Adolescence*, 2(3), 187- 200. <https://www.proquest.com/scholarly-journals/friendship-patterns/docview/1297873454/se-2>
- Bøttinger, I. (2020). *Overgangen til studenttilværelsen, sosiale forhold og nettverksbygging*. [Masteroppgave]. Norges tekniske-naturvitenskapelige universitet.
- Clarke, B. H. (2009). Early Adolescents`use of Social Networking sites to maintain Friendship and Explore Identity: implications for Policy. *Policy & Internet*, 1(1) 55-89. <https://doi.org/10.2202/1944-2866.1018>
- Darvin, R. (2022). Design, resistance and the performance of identity on TikTok. *Discours, Context and Media*, 46, 1- 11. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2022.100591>
- Dolmen, O. A. (2004). *Mobil kommunikasjon og tenårings tilhørighet i et sosialt nettverk. En sosiokulturell tilnærming til apparatgeist-perspektivet*. [Masteroppgave] Universitetet i Bergen.
- Dragset, S. & Ellingsen, S. (2010). Å skape data fra kvalitativt forskningsintervju. *Sykepleien forskning*, 5(4), 332-335. <https://doi.org/10.4220/sykepleienf.2011.0027>

- Egge, J. H. & Aabakken, A. (2022, 13.juni). Depresjon og angst blant unge i Norge har doblet seg de siste ti årene. *Nrk*. https://www.nrk.no/trondelag/hunt_-44-prosent-av-tenaringsjenter-i-norge-plages-av-stress_-angst-og-tunge-tanker-1.15993034
- Ellingsen, D. E., Wessberg, J., Chelnokova, O., Olausson, H., Laeng, B. & Leknes, S. In touch with your emotions: Oxytocin and touch change social impressions while others' facial expressions can alter touch. *Psychoneuroendocrinology* 39, 11-20. <https://doi.org/10.1016/j.psyneuen.2013.09.017>
- Eriksen, N. (2021, 16. august). *Norsk ungdom har håndtert pandemien bra*. Ungdata. <https://www.ungdata.no/norsk-ungdom-har-taklet-pandemien-bra/>
- Erikson, E. H. (1968). *Identity. Youth and Crises*. Hans Reitzels Forlag.
- Erikson, E. H. (1993). *Childhood and society*. WW Norton Co.
- Forskningsetikk. (2021, 26.januar). *Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap og humaniora*. Forskningsetikk. <https://www.forskningsetikk.no/globalassets/dokumenter/4-publikasjoner-som-pdf/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-og-humaniora>
- Furunes, M. G. (2021). "*Jentene må ha et kjedelig liv! De vet ikke engang hvem PewDiePie er!*" » *Barns meningsskaping om identitet, kjønn og relasjoner på tik tok*. [Masteroppgave]. Norges tekniske naturvitenskapelig universitet.
- Gullestad, M. (2002). *Det norske sett med nye øyne*. Oslo: universitetsforlaget.
- Hansen, M. (2013, 7. januar). Snapchat-fella du ikke må gå i. *Nrk*. <https://www.nrk.no/kultur/snapchat-fella-du-ikke-ma-ga-i-1.10863763>
- Haugseth, J. F. (2013). *Sosiale medier i samfunnet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Henriksen, H. (2020). *En kvalitativ studie av elvers opplevelse av kroppspress i kroppsøvingsslaget i den videregående skolen*. [Masteroppgave]. OsloMet

Hilmarsen, H. V. & Arnseth, H. C. (2017). Livet på Instagram: Ungdoms digitale forlengelser av sosiale relasjoner og vennskap. *Tidsskrift for ungdomsforskning*, 17(1), 3-23.

<http://urn.nb.no/URN:NBN:no-67823>

Hjetland, H. J., Finserås, T.R. & Skogen, J. C. (2022). *Hele verden er et tastetrykk unna- Ungdommers bruk og opplevelser av sosiale medier og online gaming* (Rapport 2022). Folkehelseinstituttet. <https://fhi.brage.unit.no/fhi-xmlui/handle/11250/2995331>

Howitt, D. (2019). *Introduction to qualitative research methods in psychology: putting theory into practice* (4.utg). Pearson Education Limited.

Hütt, M. O. A. (2020, 21. august). Influencere engasjerer advokat etter jukseanklager. VG. <https://www.vg.no/rampelys/i/na59rB/influencere-engasjerer-advokat-etter-jukseanklager>

Jørgensen, C. R. (2008). *Identitet: psykologiske og kulturanalytiske perspektiver* (2.utg). Hans Reitzels forlag.

Kaland, N. (2006). Ungdom og vennskap: Hvorfor har ungdom som er kognitivt «annerledes» vansker med å etablere og opprettholde vennsapsrelasjoner til typisk ungdom? *Norsk pedagogisk tidsskrift*, 90(3), 230-242. <https://doi.org/10.18261/ISSN1504-2987-2006-03-05>

Kaliarnta, S. (2016). Using Aristotle's theory of friendship to classify online friendships: a critical counterinterview. *Ethics Inf Technol* 18, 65–79. <https://doi.org/10.1007/s10676-016-9384-2>

Kvello, Ø. (2006). *Barns og unges vennskap: Empiri- og teorijennomgang, en kvantitativ og kvalitativstudie av barns oppfatninger og presentasjoner av sosiale relasjoner til jevnaldrende og voksne i forhold til noen sentrale mål på psykososial tilpasning*. [Doktoravhandling]. Norges tekniske-naturvitenskapelige universitet.

Langdridge, D. (2007). *Psykologisk forskningsmetode*. Fagbokforlaget.

- Lenhart, A., Madden, M., Smith, A., & Macgill, A. (2007). Teens and social media. *Pew Research center*. <https://policycommons.net/artifacts/627542/teens-and-social-media/1608847/>
- Medietilsynet. (2018, 16.august). *Følger ikke aldersgrense på sosiale medier*. Medietilsynet. <https://www.medietilsynet.no/nyheter/nyhetsarkiv/aktuelt-2018/folger-ikke-aldersgrensene/>
- Medietilsynet. (2020a, 11.februar). *Barn og medier 2020: Halvparten av norske niåringer er på sosiale medier*. Medietilsynet. <https://www.medietilsynet.no/nyheter/aktuelt/barn-og-medier-2020--halvparten-av-norske-niaringer-er-pa-sosiale-medier/>
- Miettinen, R. & Paavola, S. (2018). Beyond the distinction between tool and sign: Objects and artefacts in human activity. *The Cambridge handbook of sociocultural psychology*, 148-162. <https://doi.org/10.1017/9781316662229.009>
- Nesi, J., Choukas-Bradley, S. & Prinstein, M. J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 2- Application to Peer Group Processes and Future Directions for Research. *Clin Child Psychol Rev* 21, 295-319. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0262-9>
- Olsen, J. (2016, 30. Mars). Snapchat med stor oppdatering. *Dagbladet*. <https://dinside.dagbladet.no/mobil/snapchat-med-stor-oppdatering/60969807>
- Rawlins, W. K. (2009). *The compass of friendship: narratives, identities, and dialogues*. SAGE publications
- Rizzo, T. A. (1988). The relationship between friendship and sociometric judgements of peer acceptance and rejection. *Child study Journal*, 18 (3), 161-191. <https://psycnet.apa.org/record/1989-22056-001>

- Salehan, M. & Negahban, A. (2013). Social networking on smartphones: When mobile phones become addictive. *Computers in human behavior* 29(6). 2632-2639.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.003>
- Smith, A. J. (2008). *Qualitative Psychology: A practical Guide to Research Methods* (2.utg). SAGE publications.
- Smith, A. J. (2015). *Qualitative Psychology: A practical guide to research methods* (3.utg). SAGE publications.
- Statistisk sentralbyrå. (2022, 26. april). Fakta om Internett og mobiltelefon. Hentet 18.oktober 2022 fra <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/faktaside/internett-og-mobil>
- Statistisk sentralbyrå (2023, 1.mars). Ni av ti nordmenn bruker sosiale medier. Hentet 12 februar 2023 fra: <https://www.ssb.no/teknologi-og-innovasjon/informasjons-og-kommunikasjonsteknologi-ikt/statistikk/bruk-av-ikt-i-husholdningene/artikler/ni-av-ti-nordmenn-bruker-sosiale-medier>
- Strand, G. V., Lygre, G. B., & Hede, B. (2013). Informert samtykke. *Nor Tannlegeforen Tid*, 123, 106-10. <https://www.tannlegetidende.no/asset/2013/P13-02-106-10.pdf>
- Strandberg, L. (2008). *Vygotsky i praksis. Blant pugghester og fuskelapper*. Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Subrahmanyam, K., Smahel, D. & Greenfield, P. (2006). Connecting developmental constructions to the internet: Identity presentation and sexual exploration in online teen chat rooms. *Developmental Psychology*, 42(3), 395–406. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.42.3.395>
- Subrahmanyam, K. & Greenfield, P. (2008). Online Communication and Adolescent Relationships. *The Future of Children*, 18(1), 119–146.
<http://www.jstor.org/stable/20053122>
- Säljö R. (2006). *Læring og kulturelle redskaper*. Cappelen Forlag AS.

- Sørensen, A. K. & Sagen, R. (2022, 26. august). Nå er unge mer ute sammen med venner igjen, men mobilen er alltid med. *Nrk.* <https://www.nrk.no/mr/ungdom-er-mer-ute-med-venner-igjen-viser-ungdata-undersokelse--tror-det-skyldes-sosiale-medier-1.16073375>
- Tetzchner, S, V. (2012). *Utviklingspsykologi* (2.utg.) Gyldendal Norsk Forlag.
- Thagaard, T. (2018). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitative metoder* (5. utg). Bergen: Fagbokforlaget
- Thyer, B, A. (2010). *The handbook of social work research method* (2.utg). SAGE publications.
- Tjora, A. (2018). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3.utg). Gyldendal.
- Twenge, J. M., Haidt, J., Lozano, J. & Cummis, K. M. (2022). Specification curve analysis shows that social media use is linked to poor mental health, especially among girls. *Acta Psychologica*, 224. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103512>
- Ulset, G. (2016). Vennskap- perspektiver og tilnærminger blant ungdom i barneverninstitusjoner. *Tidsskriftet I Norges barnevern*, 93(2), 80-94. <https://doi.org/10.18261/issn.1891-1838-2016-02-02>
- Ungdata. (2016, 15. august). *Årets Ungdata-tall er klare*. Ungdata <https://www.ungdata.no/arets-ungdata-tall-er-klare/>
- Wenger, E. (2008). Identity in practice K, Hall., P, Murphy & J, Soler (Red). *Pedagogy and Practice: Culture and Identities* (105-115). SAGE publications.
- Yardley, L. (2015). Demonstrating validity in qualitative psychology. I J. A. Smith (Red.), *Qualitative psychology: a practical guide to research methods* (3.utg., s. 257-272). SAGE publications.
- Øia, T. & Bakken, A. (2002). Midt i tenårene – noen tall fra UNGdata. *Tidsskrift for Ungdomsforskning*, 2(1), 75-82.

Aalen, I. (2013) *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.

Vedlegg

Vedlegg A: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring til deltakerne:

Vil du delta i et forskningsprosjekt om hvordan jenter bruker sosiale medier i kommunikasjonen med nære venner?

Dette er spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å finne ut mer om hvordan unge jenter bruker sosiale medier i kommunikasjonen med nære venner som de også møter rent fysisk. Oppgavens problemstilling er følgende: *Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennsrelasjonene til unge norske jenter?* Jeg skal gjennomføre prosjektet i forbindelse med masteroppgaven min, og Psykologisk institutt ved NTNU er formelt ansvarlig.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Jeg ønsker å snakke med deg hvis du er en jente som går på videregående skole og som bruker sosiale medier. Jeg vil be deg beskrive hvordan du bruker din smarttelefon i det daglige og da særlig den bruken som er knyttet til kommunikasjon med nære venner. Jeg vil også gjerne høre om dine tanker og opplevelser knyttet til daglig bruk av ulike sosiale medier.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du vil delta ønsker jeg å invitere deg sammen med to til tre andre jenter til en uformell samtale om bruken av sosiale medier i kommunikasjonen med venner. Hovedtemaene for samtalen vil jeg fastsette på forhånd, men med rom for dere til å bringe inn nye momenter som jeg ikke har tenkt på. Tid og sted til gjennomføring av samtalen bestemmer vi sammen, og varigheten anslår jeg til mellom 45 og 60 minutter. Under samtalen vil jeg ta notater og lydopptak. Dette er for å kunne ta vare på det som blir sagt til jeg har fått skrevet det ned.

Etterpå vil jeg slette lydopptaket. Hvis du har en venninne som du har lyst til å ha med i en slik samtale kan du gjerne formidle invitasjonen videre.

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:

Jeg vil bare bruke opplysningene om deg til formålene jeg har fortalt om i dette skrivet. Jeg behandler opplysningene konfidensielt, og i samsvar med personvernregelverket. Det er kun meg Anna Nordblom Gulliksen, og veileder til prosjektet som vil ha tilgang til ditt bidrag. Lydopptaket blir foretatt med en diktafon som ikke har tilgang til internett eller telenett. Det blir lagret på en kryptert minnepenn og slettet etter at det er transkribert. I masteroppgaven vil det ikke bli gjengitt opplysninger som gjør det mulig å kjenne igjen dere som deltar i prosjektet eller noen dere måtte nevne i intervjuet. Dette gjelder ikke hvis de personene dere nevner for eksempel er profilerte bloggere eller andre offentlige personer.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Alle personopplysninger og lydopptak skal være slettet når oppgaven er godkjent. Etter planen er dette 1.juli 2023.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke. På oppdrag fra NTNU, institutt for psykologi har NSD- Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter:

Dette er følgende rettigheter du har, så lenge du kan identifiseres i datamaterialet:

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

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

- Masterstudent Anna Nordblom Gulliksen, e-post: annang@ntnu.no
- Psykologisk institutt NTNU Dragvoll ved veileder Berit Overå Johannesen, e-post: berit.johannesen@ntnu.no
- Vårt personvernombud: Thomas Helgesen, e-post: thomas.helgesen@ntnu.no

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

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

Med vennlig hilsen

Anna Nordblom Gulliksen

NTNU Institutt for psykologi

(Veileder: Berit Overå Johannesen)

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i forskningsprosjekt
- å delta i samtale

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

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

Vedlegg B: Informasjonsskriv til skoleledelsen og lærere

Vil du delta i et forskningsprosjekt om hvordan jenter bruker sosiale medier i kommunikasjonen med nære venner

Dette er et spørsmål til skoleledelsen og lærere om å få lov til å rekruttere elever fra skoleklasser til å delta i et forskningsprosjekt. Jeg ønsker å få lov til å komme innom en klasse på et avtalt tidspunkt å fortelle om prosjektet mitt, og sjekke interessen for deltakelse blant kvinnelige studenter. Formålet med prosjektet er å finne ut mer om hvordan unge jenter bruker sosiale medier i kommunikasjon med nære venner som de også møter rent fysisk. Problemstillingen til prosjektet er følgende: *Hvordan påvirker bruk av sosiale medier hverdagen og vennsrelasjonene til unge norske jenter?* Jeg skal gjennomføre prosjektet i forbindelse med masteroppgaven min, og Psykologisk institutt er formelt ansvarlig.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Jeg ønsker å bruke skoleklasser til å komme i kontakt med jenter fra VG1- VG3 som er over 15 år gamle. Helst jenter som kjenner hverandre godt fra før. Jenter i denne aldersgruppen er som regel brukere av sosiale medier, og bruker trolig sosiale medier som interaksjonsmiddel. Jeg vil satse på gruppesamtaler med 3 til 4 jenter i hver gruppe. Jeg ønsker å be dem beskrive hvordan de bruker smarttelefon i det daglige, og da særlig den bruken som er knyttet til kommunikasjon med nære venner. Jeg vil gjerne få innblikk i deres tanker og opplevelser knyttet til daglig bruk av ulike sosiale medier.

Hva innebærer det for deg å delta?

Hvis du som lærer tillater meg å rekruttere elever gjennom klassen din, vil jeg gi ut informasjon og samtykkeskjema til elever. Dersom noen ønsker å delta vil jeg invitere to til fire jenter til en uformell samtale/ intervju om bruken av sosiale medier i kommunikasjon med

venner. Hovedtemaene for samtalen vil jeg fastsette på forhånd, men med rom for elevene til å bringe inn nye momenter som jeg ikke har tenkt på. Tid og sted til gjennomføring av samtalen bestemmer jeg sammen med jentene, og varigheten anslår jeg til å mellom 45 til 60 minutter, helt innenfor en klassesstime. Under samtalen vil jeg ta lydopptak. Dette er for å kunne ta vare på det som blir sagt til jeg har fått skrevet det ned. Etterpå vil jeg slette lydopptaket.

Denne masteroppgaven har samfunnsrelevans, og deltakelse i prosjektet kan være fordelaktig i et refleksjonsfag, som for eksempel samfunnsfag, medie og kommunikasjonsfag og psykologi. Det kan dermed ha læringsverdi for elevene å gi dem mulighet til å frivillig delta i prosjektet. Mange av emnene som vil dekkes i intervjuet kan være faglig relevant for elevene å diskutere sammen.

Det er frivillig å delta:

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

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger:

Vi vil bare bruke opplysningene om elevene til formålet jeg har fortalt om i dette skrevet. Jeg behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Det er kun meg Anna Nordblom Gulliksen, og veileder til prosjektet som vil ha tilgang til elevenes bidrag. Lydopptaket blir foretatt med en diktafon som ikke har tilgang til internett eller telenett. Det blir lagret på en kryptert minnepenn og slettet etter at det er transkribert. I

masteroppgaven vil det ikke bli gjengitt opplysninger som gjør det mulig å kjenne igjen de som deltar i prosjektet eller noen andre som eventuelt nevnes i intervjuet. Dette gjelder ikke hvis de personene de nevner for eksempel er profilerte bloggere, eller andre offentlige personer.

Hva skjer med personopplysningene dine når forskningsprosjektet avsluttes?

Alle personopplysninger og lydopptak skal være slettet når oppgaven er godkjent. Etter planen er dette 1.juli 2023.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deltakere basert på deres samtykke. På oppdrag fra NTNU, institutt for psykologi har NSD- Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Dine rettigheter:

Dette er følgende rettigheter deltakerne har, så lenge du kan identifiseres i datamaterialet:

- innsyn i hvilke opplysninger vi behandler om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene
- å få rettet opplysninger om deg som er feil eller misvisende
- å få slettet personopplysninger om deg
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger

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

- Masterstudent Anna Nordblom Gulliksen, e-post: annang@ntnu.no
- Psykologisk institutt NTNU Dragvoll ved veileder Berit Overå Johannesen, e-post: berit.johannensen@ntnu.no
- Vårt personvernombud: Thomas Helgesen, e-post: thomas.helgesen@ntnu.no

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

- NSD- Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@sikt.no) eller på telefon 53 21 15 00.

Med vennlig hilsen

Anna Nordblom Gulliksen

NTNU Institutt for psykologi

(Veileder: Berit Overå Johannesen)

Vedlegg C: Intervjuguide

Intervjuguide

Moderator forklarer prosess rundt samtale:

- Takke for at deltakerne stiller til intervju
- Hva Mastergraden handler om (samme info som i skrivet de skal signere på)
- Konfidensialitet
- Fortelle hvordan dataen blir behandlet og deltakerens rettigheter
- Avklare tillatelse til å ta opp intervjuet
- Forteller at det er en semistrukturert samtale, og oppfordrer til å svare fritt og fortelle det de selv synes er relevant for temaet (kommunikasjon med nære venner via sosiale medier)
- Si litt om tidsrammen
-

Introspørsmål: (Bli kjent)

- Fornavn, kjenner dere hverandre fra før, går dere på samme skole – nå/tidligere?

Tema som skal dekkes i samtalen

Fokus på typiske hverdager og mediebruk:

- Hvilke sosiale medier er de viktigste for dere? (alle sier noe om sine preferanser)
- Er det forskjellige behov de ulike mediene dekker/Bruker dere de ulike sosiale mediene til ulike formål?
- Kan dere beskrive mediebruken en typisk dag fra morgen til kveld – la oss ta dagen i går (helst bør det være en hverdag); når tok dere opp telefonen for første gang i går, hva brukte dere den til og hvordan fortsatte det utover dagen?

- Oppfølgende: telefonbruk i friminuttene på skolen, i timene/undervisningstiden?
(Hadde dere brukt telefon i timene hvis det var lov?)
- Sånn omtrent hvor mye tid bruker dere på sosiale medier på en slik typisk dag?

Vennskap

- Hva er vennskap for deg?
Hvilke medier er viktigst i kommunikasjonen med nære venner (primært venner av samme kjønn)?
- Hvordan kommuniserer dere typisk med venner på sosiale medier?
- Hva er forskjellen mellom online og offline kommunikasjon?
- Hvordan opprettholder dere relasjoner med venner utenfor sosiale medier (hvor ofte treffes dere, hva gjør dere sammen)? Spiller telefonen en rolle når dere er sammen?
- Har dere noen venner som ikke bruker sosiale medier?
- Har dere noen aktiviteter eller steder dere oppsøker sammen med venner, hvor sosiale medier ikke er involvert?
- Vil dere si at sosiale medier spiller en annen rolle i kommunikasjonen med venner nå når dere går på VGS enn den gjorde da dere gikk på ungdomsskolen?
- Har vennene dine en betydning for hva du ser på, hvem du følger, og hva du legger ut på sosiale medier?

Identitet

- Signaliserer det noe om identitet hvilke sosiale medier man er aktiv på (er noen kulere, utdaterte, aldersbestemte, kjønnstypiske, knyttet til klesstil, interesser osv)?
- Når dere poster likerklikk, kommentarer eller bilder på sosiale medier, er det da oftest knyttet til utseende, prestasjoner, synspunkter, produkter eller andre ting?
- Når dere poster noe, tenker dere da over at det vil bidra til å gi et bestemt inntrykk av dere (evt oppfølging med snakk om bildemanipulasjon)?

- Er det forskjell på hvordan man presenterer seg selv på sosiale medier og offline?
- Tror dere sosiale medier påvirker måten dere sammenligner dere med andre og hverandre på?

Avslutning

- Er det noe mer dere vil legge til?
- Hvordan opplevde dere samtalen?
- Takk for deltakelsen

Vedlegg D: Godkjenning fra NSD / Sikt



[Meldeskjema](#) / [Vennerelasjoner og identitet på sosiale medier](#) / Vurdering

Vurdering av behandling av personopplysninger

Referansenummer	Vurderingstype	Dato
952171	Standard	14.07.2022

Prosjekttittel

Vennerelasjoner og identitet på sosiale medier

Behandlingsansvarlig institusjon

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet / Fakultet for samfunns- og utdanningsvitenskap (SU) / Institutt for psykologi

Prosjektansvarlig

Berit Overå Johannesen

Student

Anna Nordblom Gulliksen

Prosjektperiode

15.08.2022 - 01.05.2023

Kategorier personopplysninger

Alminnelige

Lovlig grunnlag

Samtykke (Personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a)

Behandlingen av personopplysningene er lovlig så fremt den gjennomføres som oppgitt i meldeskjemaet. Det lovlige grunnlaget gjelder til 01.05.2023.

[Meldeskjema](#)

Kommentar

OM VURDERINGEN

Personverntjenester har en avtale med institusjonen du forsker eller studerer ved. Denne avtalen innebærer at vi skal gi deg råd slik at behandlingen av personopplysninger i prosjektet ditt er lovlig etter personvernregelverket.

Personverntjenester har nå vurdert den planlagte behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at behandlingen er lovlig, hvis den gjennomføres slik den er beskrevet i meldeskjemaet med dialog og vedlegg.

VIKTIG INFORMASJON TIL DEG

Du må lagre, sende og sikre dataene i tråd med retningslinjene til din institusjon. Dette betyr at du må bruke leverandører for spørreskjema, skylagring, videosamtale o.l. som institusjonen din har avtale med. Vi gir generelle råd rundt dette, men det er institusjonens egne retningslinjer for informasjonssikkerhet som gjelder.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 01.05.2023.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. 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 den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes

samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

Vi 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

Vi vurderer at informasjonen om behandlingen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18) og dataportabilitet (art. 20).

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUSJONS RETNINGSLINJER

Vi 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).

Ved bruk av databehandler (spørreskjemaleverandør, skylagring eller videosamtale) må behandlingen oppfylle kravene til bruk av databehandler, jf. art 28 og 29. Bruk leverandører som din institusjon har avtale med.

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til oss 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://www.nsd.no/personverntjenester/fylle-ut-meldeskjema-for-personopplysninger/melde-endringer-i-meldeskjema> Du må vente på svar fra oss før endringen gjennomføres.

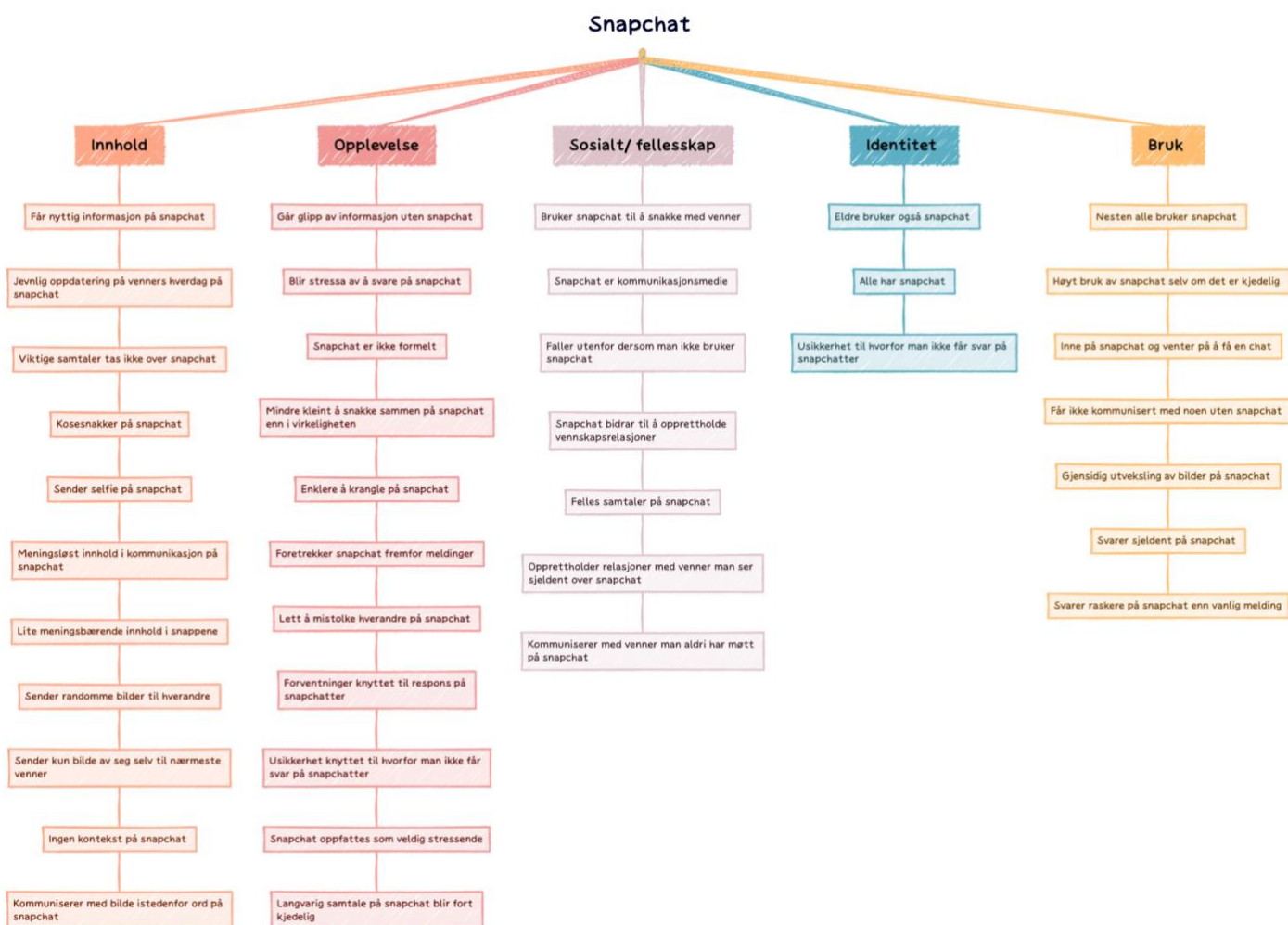
OPPFØLGING AV PROSJEKTET

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

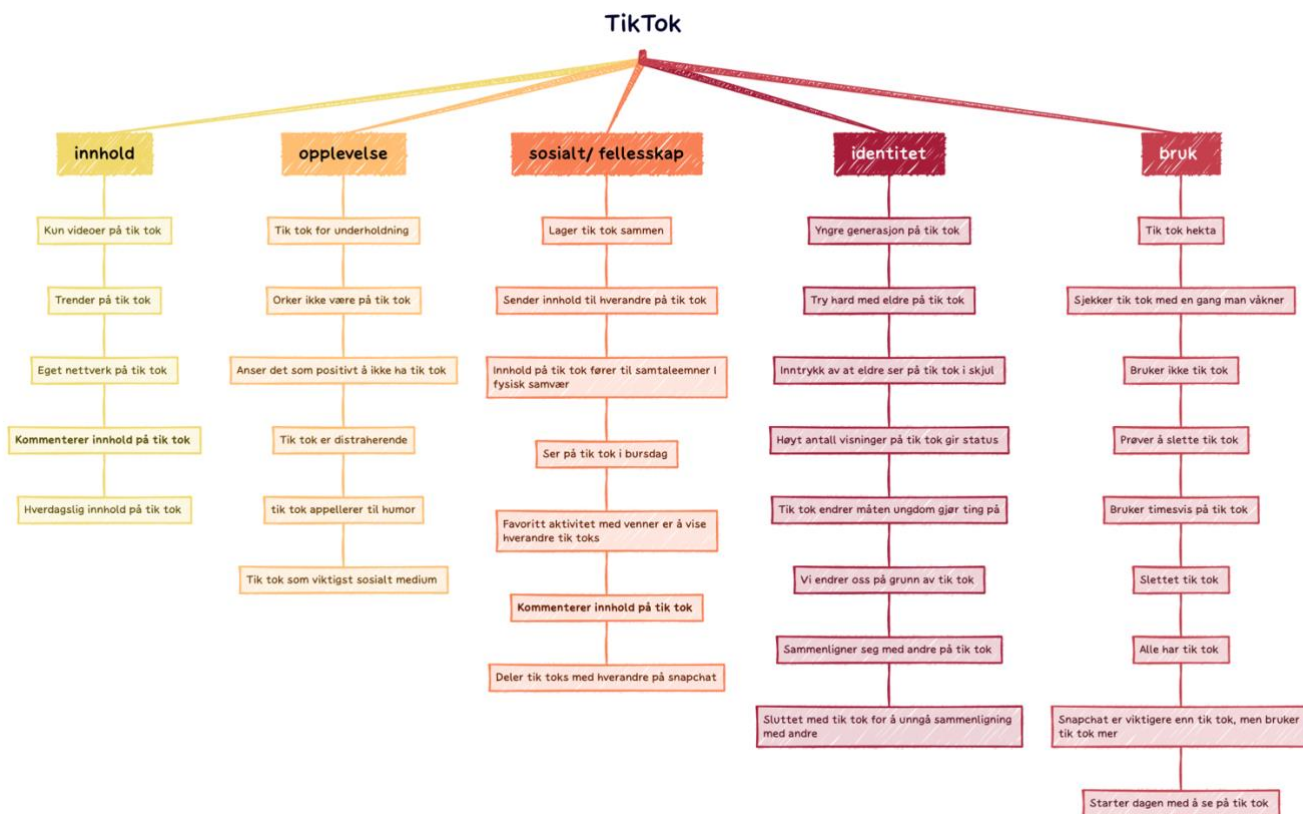
Kontaktperson hos oss: Sturla Herfindal

Lykke til med prosjektet!

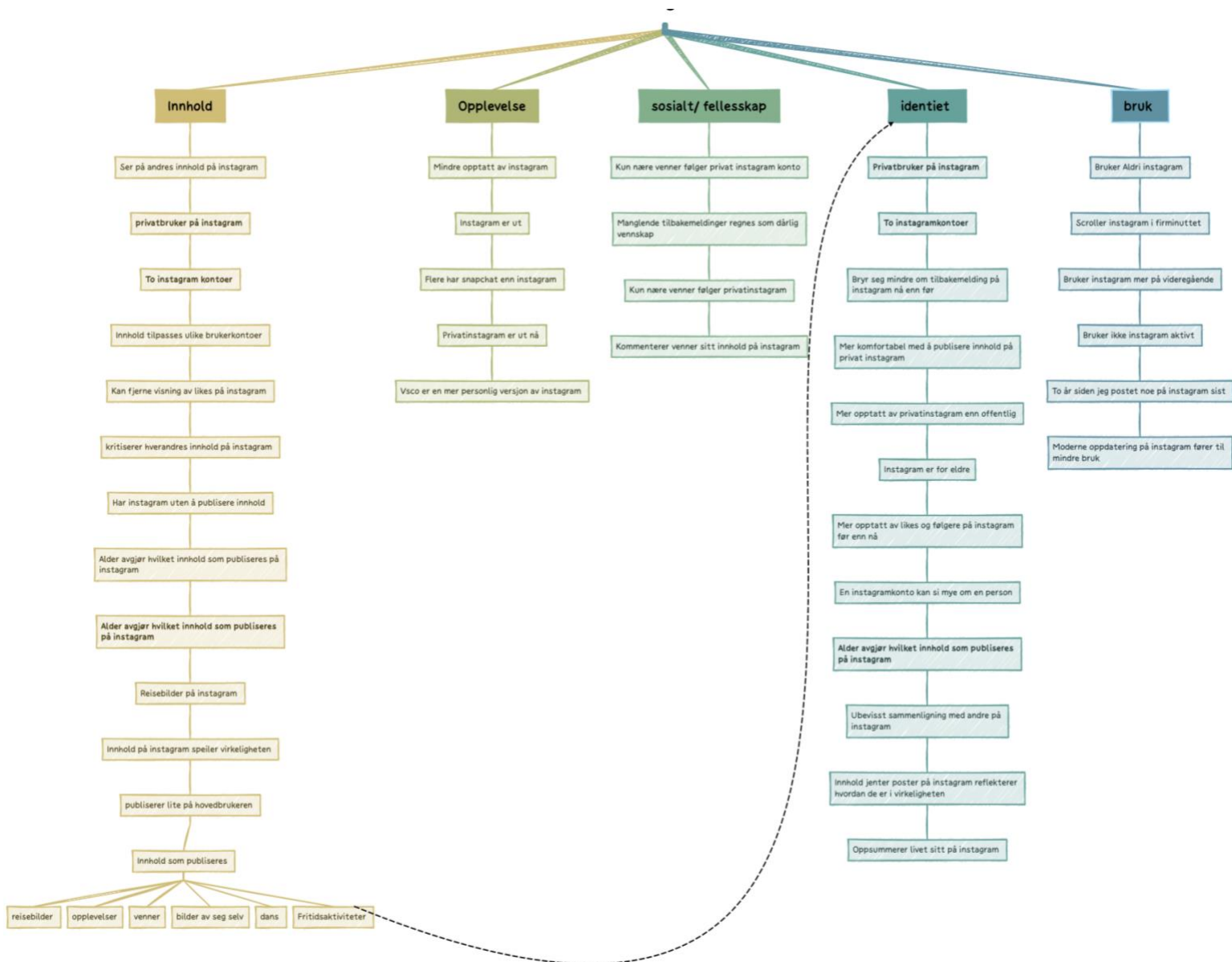
Vedlegg E: Tankekart over koder som tilhører bruk av snapchat



Vedlegg F: Tankekart over koder som tilhører bruk av TikTok



Vedlegg G: Tankekart over koder som tilhører bruk av Instagram



Vedlegg H: Tankekart over koder som tilhører mediebruk i skolen

