



Examensarbete 15 hp – kandidatnivå
Medie- och kommunikationsvetenskap

”Det känns som att man måste
visa att typ livet är perfekt hela
tiden”

*- en kvalitativ studie om barns relation till och
uppfattningar om sociala medier*



Författare: Helena Axén
Handledare: Helena Meldré
Examinator: Göran Palm
Termin: VT15
Ämne: Medie- och
kommunikationsvetenskap
Nivå: Grundnivå
Kurskod: 2MK300

Abstrakt

Syftet med denna studie var att undersöka barns relation till och uppfattningar om sociala medier. Utifrån detta syfte skapades två forskningsfrågor vilka var ämnade att besvaras genom studien. Dessa var: Vad har barn för relation till sociala medier? samt Hur uppfattar barn sociala medier?

I studien valde jag att använda mig av en kvalitativ metodansats och kvalitativa fokusgruppsintervjuer var den undersökningsdesign jag valde att använda för insamling av material. Studien utfördes på barn mellan 11-12 år, vilka går i femte klass. Totalt deltog 18 stycken barn i studien.

Resultatet av studien visar att alla de barn som deltog i studien är väl medvetna om vad sociala medier är och nästan alla barn är aktiva användare av sociala medier. Vanligast bland barnen är att vara användare av flera olika sociala medier, och de populäraste plattformarna är Kik, Snapchat och Instagram. *"Att se vad som händer"* är den vanligaste aktiviteten för barnen vid användning av sociala medier, bland annat genom att chatta med andra användare eller titta på uppdateringar som andra användare publicerat. Det varierar i hur mycket tid barnen är aktiva på sociala medier. Det som främst avgör användningens tid och frekvens är om det finns luckor i vardagen, eller om barnen har tråkigt. Resultatet visar också att barnen har en uppfattning om att sociala medier är en arena vilken människor främst använder för att få uppmärksamhet samt bekräftelse genom från omgivningen. Bland barnen finns också en uppfattning av att den bild som människor väljer att visa av sig själva via sociala medier oftast inte är den sanna, och den som stämmer överens med verkligheten.

Innehåll

1 Inledning	3
1.1 Vad är Sociala medier?	3
1.2 Rapportens fortsatta disposition	4
2 Problematisering	4
3 Syfte och forskningsfrågor	5
3.1 Syfte	5
3.2 Forskningsfrågor	5
4 Tidigare forskning och teori	6
4.1 Medieanvändning	6
4.2 Barns användning av sociala medier	7
4.3 Debatten kring ungas användning av sociala medier	8
4.4 Sociala medier och positiva effekter	9
4.5 Identitetsskapande och sociala medier	9
4.6 Sociala medier och kommunikation	10
4.7 Kommunikationsproblem	12
4.8 Normer	12
4.9 Framing	13
5 Metod	14
5.1 Val av metod	14
5.2 Metodens begränsningar	15
5.3 Urval och tillvägagångssätt	16
5.4 Utvärdering av undersökningens kvalitet	17
6 Resultatredovisning och analys	19
6.1 Definition	19
6.2 Aktivitet	20
6.3 Beroende eller ett aktivt val av användning?	22
6.4 Omgivningens påverkan och användning	24
6.5 Umgås vi genom sociala medier?	25
6.6 Medvetenhet och eftertänksamhet	26
6.7 Dömande kommentarer	27
6.8 Varför sociala medier?	28
6.9 Sociala medier och verkligheten	30
6.10 Sociala medier; Bra eller dåligt?	31
6.11 Kommunikationsproblem och sociala medier	33
6.12 Ett liv utan sociala medier?	34
7 Slutdiskussion	36
Referenser	38
Bilagor	I
Bilaga A Intervjuguide	I

1 Inledning

Denna uppsats grundas på intresset av hur människor agerar och interagerar på sociala medier och hur detta har inverkan på människan och vår omgivning. Användningen av sociala medier sker idag i alla åldrar. Syftet med denna kandidatuppsats är att undersöka barns relation till och uppfattningar om sociala medier. Vad barn har för relation till och uppfattning om sociala medier är ytterst intressant, framför allt för att denna generations bild av samhället samt sätt att ta del av samhället, förmodligen kommer att prägla det samhälle som vi i framtiden kommer att leva i. Jag har heller inte stött på tidigare studier som behandlat detta ämne ur detta perspektiv. Den kunskap jag vill frambringa genom studien anser jag är värdefull ur ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv, då studien kommer att bidra med ytterligare kunskap inom området barn och sociala medier. Kunskaper om sociala mediernas utbredning bland barn, dess betydelse för barn samt barns uppfattningar om sociala medier kommer studien bidra med. För att i ett vidare perspektiv kunna hantera barn och deras relation till och uppfattningar om sociala medier är den presenterade kunskapen som studien kommer bidra med ytterst viktig att tillföra den medie- och kommunikationsvetenskapliga forskningen.

1.1 Vad är Sociala medier?

Då denna uppsats kretsar kring sociala medier är det därför viktigt att framföra vad sociala medier är. Sociala medier kännetecknas av interaktion mellan människor, det vill säga tvåvägskommunikation där enskilda mottagare av information på samma sätt och genom samma medium som sändare kan sända information och svara mottagaren. Enkelt uttryckt är sociala medier plattformar där aktiviteter och deltagande sker mellan människor för att dela information, kunskap och åsikter. Sociala medier är därmed ett samlingsbegrepp för medier och kommunikationskanaler där människor kan integrera direkt med varandra genom delning av information genom text, bild och ljud. Kombinationen av teknik, socialt utbyte och innehåll skapat av användare, är således det som sociala medier i huvudsak består av. (Heide et al. 2012)

Några sociala medier är exempelvis *Sociala nätverk*, som till exempel Facebook, LinkedIn och Myspace, vilka är webbplatser där användare skapar en personlig profil och kan dela information om sig själva samt skapa kontakt med andra användare. Det finns även *Bloggar*, såsom Word press, vilket är en form av personlig ”onlinedagbok”

där användare postar inlägg. Det finns också *Mikrobloggar* vilka har begränsade tecken för varje inlägg som publiceras, exempel på en microblogg är Twitter. Även YouTube, Instagram och Snapchat är sociala medier, där användare delar bilder och videos genom. Podcasts som är nedladdningsbara ljudfiler samt musikdelning ses också som sociala medier, samt dokumenthanteringsprogram så som Dropbox och Google docs. (Heide et al. 2012)

1.2 Rapportens fortsatta disposition

I kapitel 2 "*Problematisering*" presenteras och diskuteras ämnesvalet djupare. I kapitel 3 "*Syfte och frågeställningar*" presenteras syftet med studien och mina frågeställningar. I kapitel 4 "*Tidigare forskning och teori*" presenterar jag den forskning jag valt att lyfta fram och som jag har haft med mig vid genomförandet av studien. I kapitel 5 "*Metod*" presenterar jag den metod jag valt att använda mig av vid genomförandet av studien. Jag diskuterar också metodens begränsningar och undersökningens kvalitet. I kapitel 6 "*Resultatredovisning och analys*" presenterar jag de resultat jag fått fram genom studien samt för en analys kring dessa. I kapitel 7 "*Slutdiskussion*" lyfter jag sedan fram studiens viktigaste slutsatser och för en diskussion.

2 Problematisering

Idag ägnar barn mellan 9-14 år i genomsnitt närmare fyra timmar om dagen åt medieanvändning och det är TV-tittandet som dominerar. Dock tar internetanvändningen upp en allt större del av denna tid (Carlsson 2012). Redan vid en ålder på 4 år har hälften av alla barn i Sverige erfarenhet av internetanvändning, och i mellanstadiet använder hela 9 av 10 barn internet regelbundet. Drygt en timma om dagen använder barn mellan 9-14 år internet, vilket motsvarar $\frac{1}{4}$ (26 procent) av den totala dagliga medieanvändningen. Den vanligaste aktiviteten på internet är att besöka sociala nätverk (Johansson et al. 2013).

De sociala mediernas popularitet ökade med mer än tio procent per år mellan 2005 – 2010 och därefter började ökningstakten avta. Således så fortsätter andelen personer som är med i ett socialt nätverk att öka med några procent per år och så även den tid som ägnas åt sociala medier. Användningstiden av sociala medier har ökat i alla åldersgrupper (2014) och utslaget på alla internetanvändare uppgår ökningen till en halvtimme i veckan. (Findahl 2014)

Sociala medier är idag en naturlig del av vardagen för majoriteten av barn (9-14 år) i Sverige och en del som tar upp mer och mer av vår tid (Carlsson 2012). På grund av detta och den snabba takt utvecklingen sker i anser jag det vara väsentligt att bidra med ny forskning inom ämnet. Denna studie kommer att fokusera på beteende i den mening att studien syftar till att undersöka den relation barn har till sociala medier. Dock kommer jag i min studie att fokusera lika mycket på barns uppfattning om sociala medier, då jag under min research fick intrycket av att det inte finns mycket forskning kring det. Ett problem ser jag också i att användarnas perspektiv inte får något utrymme i den debatten som ständigt pågår kring barn och ungas användning av sociala medier. Ny forskning är således av stor vikt för att ha möjlighet till att göra inverkan på denna debatt.

3 Syfte och forskningsfrågor

3.1 Syfte

Syftet med studien är att undersöka barns (11-12 år) relation till och uppfattningar om sociala medier. Utifrån detta syfte har två forskningsfrågor skapats vilka är ämnade att besvaras genom studien.

3.2 Forskningsfrågor

- Vad har barn för relation till sociala medier?
 - Hur ofta är de aktiva på sociala medier?
 - Hur många olika ”plattformar” är de aktiva på?
 - På vilket sätt är de aktiva?
- Hur uppfattar barn sociala medier?
 - Vad är sociala medier?
 - Varför använder vi sociala medier?
 - Är sociala medier bra eller dåligt?

Ovan presenteras de forskningsfrågor jag genom studien vill besvara. Ett par delfrågor är också skapade till forskningsfrågorna vilka jag anser nödvändiga för att kunna definiera begreppen och kunna besvara frågorna.

4 Tidigare forskning och teori

4.1 Medieanvändning

Idag väljer människan aktivt vad den vill ta del av via medier. Istället för att resonera kring vad medierna gör med människan kan vi idag tala om vad människan gör med medierna. Publiken/användarna tar således del av de medier och medieinnehåll de anser fyller deras behov och passar dess intresse. Detta fenomen kallas för uses-and-gratification teorin, vilken jag presenterar under kapitel 4.6. Vad som huvudsakligen visat sig vara viktigt för barn och ungdomar vid val av användning av en webbplats, är att det finns möjligheter till att interagera och kommunicera med andra genom webbplatsen. Att endast kunna ta del av innehåll genom läsning är inte uppskattat. Men vad som också är viktigt för användare är webbplatsens grafiska design, samt att användaren kan skapa en egen profil vilket användaren kan presentera sig själv genom. (Carlsson 2010)

Medier och internet kan idag ses som en social och kulturell resurs vilken kan hjälpa unga i samhället med deras identitetsskapande samtidigt som medier även kan bidra till ungas utveckling som medborgare i samhället. Idag används internet framför allt som en slags lekplats där barn och unga har möjlighet till att experimentera med sin respektive identitet genom att välja hur de uttrycker tankar och åsikter via olika kanaler, samt välja hur de presenterar sig själva för omvärlden. Eftersom barndomen och ungdomsåren är viktiga tider för utvecklingen inom flera områden såsom biologiskt, kulturellt, socialt och psykologiskt, spelar internets idag en betydande roll i denna utveckling. (Carlsson 2010) Framför allt för att barn och unga, genom medier och internet, kan komma i kontakt med kulturer och personer som spelar stor roll i utvecklingen till en sammanhängande identitet (Giles 2003). Den frihet och isolering från vuxna som internet ger barn och unga ses dock som en risk för många vuxna, där framför allt effekter och påverkan av sociala medier samt de innehåll barn och unga kommer i kontakt med genom dessa diskuteras. Möjligheten till att vara anonym och att ljuga är också en risk vilken, barn och unga själva är medvetna om. Idag har medvetenheten av internets alla möjligheter och risker ökat i samhället vilket även gör att barn och unga tenderar att istället för att prata och ta kontakt med helt okända personer, väljer att prata och ta kontakt med vänner och bekanta även online. (Carlsson 2010)

Det är tillgång, resurser och motiv som har inverkan på vilka medier människan använder. Tillgång handlar om vilka medier som finns tillgängliga att använda och ta del av i samhället. Tillgång hänger också ihop med resurser. De resurser som är väsentliga i detta sammanhang är ekonomiska, kulturella och sociala resurser. Utbildningsbakgrund och tid till konsumtion är också viktiga aspekter som påverkar medieanvändningen. Den tredje faktorn som påverkar medieanvändningen är motivet, det vill säga det skäl människan har för användningen. Motiven kan bland annat vara att skaffa sig information, att skapa kontakter, avkoppling eller underhållning. Motivet för medieanvändningen är central eftersom människan idag, som nämnt ovan, ses som en aktiv konsument av medier och att det är människans behov och intresse som speglar användningen. Det finns huvudsakligen tre behov som människan försöker möta vid användningen av medier. Dessa är: förströelsebehov, kognitiva behov samt identitetsbehov. Förströelsebehovet handlar om ett behov av avkoppling, underhållning och tidsfördriv av olika slag. Kognitiva behov om människans behov av att skaffa information och förstå sin omgivning och världen i sin helhet. Identitetsbehoven handlar om behovet av att relatera sig till omgivningen. Människan är social och bilden av oss själva formas i större grad av hur vi relaterar till omgivningen och de personer som är i vår närhet. Motivet och de behov som finns för medieanvändning blir än mer väsentligt desto större medieutbudet är för att förstå människors medieanvändning. (Strömbäck 2009)

Medieanvändning kan också skapa ett beroende, vilket hänger ihop med det diskuterade ovan. Anledningar till beroende kan exempelvis vara att man känner en tillfredställelse genom användningen då humöret förändras, och man får som användare ett rus vid användning. Detta rus kan man sedan bli van vid och man använder då mediet mer för att få ytterligare och större rus. Överdriven medieanvändning beror oftast på ett socialt utbyte medierna ger användarna. (Giles 2003)

4.2 Barns användning av sociala medier

I åldrarna 12 till 15 år är 9 av 10 aktiva på sociala medier minst en gång i veckan och 3 av 4 (72 procent), är dagligen aktiva på olika sociala plattformar. 6,7 timmar i veckan ägnar 12-15 åringar i snitt åt sociala medier. Denna grupp är därmed den näst mest aktiva gruppen på sociala medier efter de som är 16-25 år, vilka ägnar 7,6 timmar åt sociala medier i veckan. Även om det generellt är fler personer som endast besöker och

läser innehåll på de sociala plattformarna än det är som producera eget material, så skiljer sig ungdomar mellan 12–15 år från denna statistik. Denna grupp är aktiva deltagare och hela 79 procent producerar eget innehåll genom att posta uppdateringar, kommentera och driva bloggar. I åldrarna 12 år och uppåt har förhållandet till sociala medier ungefär sett ut på samma sätt under de senaste åren. Den största förändringen och en stor ökning av användandet av sociala plattformar har istället under de senaste åren skett i åldrarna 9 till 11 år. Facebook är i särklass det största och mest populära sociala nätverket och används idag av 68 procent av svenskarna. (Findahl 2014) Att vara aktiv på fler sociala medier är också vanligt (Carlsson 2010).

4.3 Debatten kring ungas användning av sociala medier

Så väl som i historien som idag så betraktas nya sätt att kommunicera och interagera med varandra som något problematiskt. Medieteoretikern Marshall McLuhan menar att nya medier i större utsträckning betraktas med en viss skepsis av de människor som är vana vid andra ”tidigare” medier. Idag går det dock inte att stoppa utvecklingen av ny teknik och nya medier hur konservativ människan än är. Människans inställning till medier formas av det vi känner till sedan tidigare, och de nya medierna ses därför inte som självklara ersättare. Det finns en form av konservativ impuls i samhället mot nya mediers framväxt enligt McLuhan (Johansson et al. 2013). Detta konservativa förhållningssätt är dock inte särskilt konstigt då barn och ungdomar idag växer upp med en annan relation till nya medier än vad föräldragenerationen, politiker, samt företrädare för skolan har gjort. På grund av detta skapas det ofta debatter om nya medier. Målet med dessa debatter, vilka uppstår i bland annat TV, nyhetsartiklar och insändare, är att chocka publiken (Dunkels 2007). Debatten kretsar bland annat kring barn och ungdomars tillgång till rasistiskt samt sexistiskt material, pedofiler som tar kontakt via internet, barn och ungas datorberoende, social isolering, fetma, publicering av personlig information samt sexuellt laddade bilder (Johansson et al. 2013). Sammanhang samt användarperspektiv är ofta frånvarande i denna debatt (Dunkels 2007). Forskning som motsäger delar av dessa mörka sidor av barn och ungas medieanvändning som diskuteras finns dock. Exempelvis kopplat till diskussionen om risken för social isolering och databeroende är forskning som Livingstone presenterar, om att barn väljer kompisar framför sociala medier och att sociala medier är till för de stunder av tristess och ensamhet, intressant (Livingstone och Bovill 2003).

4.4 Sociala medier och positiva effekter

Det finns en historisk och kulturell bild av att medier påverkar barn och ungas psykiska hälsa negativt, det vill säga att medier har en skadlig effekt på barn och unga. Men eftersom sociala medier under de senaste åren har medfört en stor förändring av vår kultur och vårt samhälle, menar många att det är viktigt att se potential i barn och ungas användning av dessa medier. Bland annat sägs barn och unga utveckla avancerade färdigheter genom användning av sociala medier, samt att sociala medier även ger användarna en medvetenhet om den möjlighet de har till att aktivt påverka samhället (Jenkins et al. 2009). Vilka positiva effekter dessa medier har på barn och unga diskuteras däremot ytters sällan i det offentliga samtalet. Något sociala medier kan ha positiv inverkan på är individers identitetsskapande, reflektionen kring det privata och offentliga samt utveckling kring förmågan att uttrycka sig (Livingstone och Bovill 2003). Några andra positiva egenskaper som skapas genom denna medieanvändning är: förmågan att skanna av omgivningen och fokusera på det viktiga, förmågan att bedöma informationskällor, förmågan att söka, framställa och sprida information, samt förmågan att slå samman sina kunskaper med andras (Jenkins et al. 2009). Det har också visat sig att barn och unga som är aktiva användare av sociala medier utvecklar autonoma förmågor, vilka gör att de har en stark vilja att lära sig och de presterar därför även bra i skolan (Livingstone och Bovill 2003).

Genom etableringen av sociala medier har även en så kallad *deltagarkultur* växt fram. Detta perspektiv skiljer sig från tidigare perspektiv på mediekonsumtion, och utmärks av de goda möjligheter som finns att uttrycka sig och engagera sig i samhället (Johansson et al. 2013.). Mediekonsumenter och medieproducenter har inom deltagarkulturen konvergerat och ses som en och samma grupp (Jenkins et al. 2009). Deltagarkulturen har möjliggjort att det är lätt för människan att uttrycka sig och visa samhällsengagemang genom de nya mediekanalerna. De inom kulturen tror att deras bidrag har betydelse vilket skapar en känsla av meningsfullhet. Deltagarkulturen medför även en känsla av social anknytning till andra människor inom kulturen (Jenkins et al. 2009).

4.5 Identitetsskapande och sociala medier

Identitetsskapande handlar om processer som sker i olika sociala relationer.

Identitetsskapande är en växelverkande process mellan hur individen ser på sig själv

men också hur denne blir betraktad och uppfattad av andra. Identiteter ses därmed oftast inte som medfödda utan istället som något som utvecklas och förändras genom de sociala världar individen befinner sig i (Fjällhed och Jensen 2013). Vi har alltså flera identiteter och beroende på de sociala sammanhang individen befinner sig i så förstärks de eller den identitet som är mest passande för detta sammanhang (Johansson och Lalander 2010). Identitetsskapande sker idag i den fysiska värld vi lever i, men de nya digitala medierna har också öppnat upp ytterligare en social värld av vikt för identitetsskapande. Genom sociala medier kan vi idag skapa olika identiteter på olika plattformar, och det finns möjlighet till att presentera sig för omvärlden på det sätt man själv vill. Man kan säga att sociala medier har skapat en möjlighet för människan att återskapa sig själv, vilket också gör att det för omvärlden är svårt att bedöma sanningen bakom varje profil. På grund av internet och sociala medier håller den grundläggande versionen av självet på att dö ut. Ingen vet din sanna bakgrund. Detta anses av många som en befrielse då de genom sociala medier kan komma undan deras förflutna (Giles 2003).

De nya medierna har ändrat villkoren för sociala relationer, gemenskaper, och sociala samspel och därför också för identitetsskapande men även för socialisationsprocesser. Socialisationsprocesser handlar främst om inhämtande, tolkningar och lärande av de normer och värden som sker i den eller de sociala sammanhang som individen befinner sig i. Socialisation är alltså den process där individen bland annat lär sig vad som anses rätt och fel eller vad som är manligt och kvinnligt, genom de kulturella normer, värden och föreställningar som äger rum i det sociala sammanhang individen befinner sig. Socialisation är starkt kopplat till identitetsskapande då denna process formar vilka identiteter en individ kan förankra och visa upp i de olika sociala sammanhangen. (Fjällhed och Jensen 2013)

4.6 Sociala medier och kommunikation

Sociala medier har förändrat dagens samhälle på flera olika sätt. Dessa medier erbjuder stora möjligheter för användare, såväl enskilda personer och organisationer, att kommunicera och dela information med omvärlden, och betydelsen av geografisk distans har förändrats. Vad som också har förändrats är att den informationsmängd människan idag tar del av märkbart har ökat på grund av de sociala medierna, likaså har kommunikationens hastighet förändrats. (Heide et al. 2012). Sociala medier har också

suddat ut gränsen mellan professionellt och amatörmässigt producerat innehåll online, då alla idag kan producera. Med sociala medier kan användare idag även själva leta upp och ta del av den information de själva anser intressant, istället för att bli serverad information genom de traditionella medierna så som radio, press och TV (Falkheimer och Heide 2011).

Kommunikation handlar till stor del om vilka behov människan har och hur dessa behov påverkar hur människan orienterar sig bland medier och dess innehåll. Som nämnt ovan är uses-and-gratifications-teorin kopplad till människans behov och hur människan via medier och dess innehåll orienterar sig för att tillfredsställa sina behov. Teorin koncentrerar sig följaktligen på vad människan gör med medierna, inte det motsatta, och människan ses därmed inom teorin som en aktiv mediekonsument. (Strömbäck 2009) Utifrån uses-and-gratification-teorin godtar således inte människan allt medierna serverar dem, utan hen väljer vad hen vill ta del av (Windahl et al. 2009).

Men kommunikation handlar även om hur information som når mottagaren tolkas och förstås. Denna syn på kommunikation är mottagarorienterad. Den mottagarorienterade synen utgår från att kommunikation handlar om att skapa mening för mottagaren och det är aldrig säkert vad ett meddelande har för betydelse eller mening. Förenklat så är allt som kommuniceras öppet för tolkning, vilken påverkas av mottagarens kultur, men även utbildning samt dennes sociala, ekonomiska och politiska position i samhället. Däremot finns det alltid dominerade tolkningar av ett meddelande, vilket beror på att meddelandet är skapat på ett sådant sätt som uppmuntrar mottagaren att uppfatta meddelandet på ett specifikt och önskvärt sätt. Däremot finns det alltid utrymme och möjlighet till andra tolkningar än det dominerande. (Strömbäck 2009)

Nya medier har inte bara förändrat möjligheten att kommunicera, sprida och ta del av information utan de har också bidragit till nya typer av sociala relationer och socialt nätverkande. De sociala medierna har förenklat möjligheten till att ta kontakt med och hålla kontakt med allt fler människor än vad som är möjligt i traditionella medier, eller den fysiska värld vi lever i. Det är främst kontakten med andra människor och känslan av att social närvaro skapas, som är det väsentliga vid användning av sociala medier. Kommunikationens innehåll, vid användning av sociala medier, har därmed inte lika stark betydelse som kontakten i sig (Heide et al. 2012).

4.7 Kommunikationsproblem

Forskning har visat att kommunikation via elektroniska kanaler exempelvis e-postmeddelande är begränsad, då elektroniska kanaler inte har möjlighet att kommunicera lika rik information som vid kommunikation ansikte mot ansikte. Information som kommuniceras via elektroniska kanaler är exempelvis begränsade i att förmedla känslor, vilket kan försvåra tolkningsprocessen av kommunikationen (Jacobsen och Thorsvik 2014). Därför kan inte verbal kommunikation, ord som vi uttrycker, självklart separeras från ickeverbal kommunikation, allt vi förmedlar utan ord när vi kommunicerar, såsom kroppsspråk, ögonrörelser och tonfall (Tubbs 2010). Ickeverbal kommunikation är alltså begränsad till kommunikation som sker ansikte mot ansikte och kan därmed inte kommuniceras via elektroniska kommunikationskanaler (Fiske 2003). Både de ord vi uttrycker och hur vi uttrycker oss, tonläge, ansiktsuttryck och kroppsspråk, förstärker därmed tillsammans förståelse av kommunikationens innebörd. (Jacobsen och Thorsvik 2014).

Att kommunicera genom elektroniska kanaler har i vissa situationer visat sig vara mer effektivt än att kommunicera ansikte mot ansikte. Forskning har också visat att kommunikation via elektroniska kanaler lättare feltolkas om parterna som kommunicerar inte har någon relation till varandra sedan tidigare, än om de känner varandra. (Jacobsen och Thorsvik 2014)

4.8 Normer

Normer är regler som är kopplade till specifika förväntningar om hur människor ska bete sig (Tubbs 2010). Normer är förutsägbara eftersom det är de väntade beteendet från samhället. Övriga beteenden från människor är avvikande från normen (Fiske 2003). Normer finns skapade för alla aspekter av livet, och kan vara både underförstådda eller klart uttalade. Allt från sex till barnuppfostran, till hur vi pratar med varandra eller hur vi bör bete oss när vi äter, styrs av normer. När vi möter andra finns det därmed alltid normer som skapar dessa förväntningar, och normerna formas utifrån vilken relation vi har till varandra och vilka situation vi befinner oss i. Normer ses därmed som riktlinjer för hur vi ska bete oss i sociala situationer och de begränsar människors direkta beteende. (Tubbs 2010)

Att normer accepteras i samhället beror på att de skapar mer förutsägbara beteende hos människor, vilket gör att vi vet hur de vi möter kommer att agera. Att normer finns gör också att vi inte i samma utsträckning behöver diskutera beteende med andra. Normer är däremot inte alltid positiva då de kan begränsa den personliga utvecklingen, då det exempelvis kan vara så att människor inte vågar bete sig eller vara på ett sätt som går emot normen. (Tubbs 2010)

Ervin Goffman talar om att människor agerar *on stage* eller *off stage*, också kallat *främre och bakre regionerna*, i olika sociala miljöer. On stage eller de främre regionerna är då människan är eller känner sig betraktad av andra och agerar enligt de normer som ska följas i den sociala situationen människan befinner sig i. Vi beter oss helt enkelt utefter hur vi förväntas bete oss av andra. Off stage eller de bakre regionerna är istället när människan befinner sig i sin hemmiljö. Här behöver inte normer följas och människan kan agera mer lössläppt och som hen själv vill. Goffman menar att vi on stage sätter på oss en fasad för att agera utefter normen, men att vi off stage tar av oss denna fasad. (Johansson och Lalander 2010).

4.9 Framing

Teorin om framing, även kallad gestaltningsteorin, handlar om hur mediernas gestaltning av verkligheten påverkar hur människor uppfattar samma verklighet. Genom att medierna endast visar upp vissa delar av verkligheten, för publiken, blir det denna bild av verkligheten som sprids och som verkligheten betraktas genom. Framing handlar också om mediernas innehåll och vad detta innehåll egentligen representerar. (Strömbäck 2009)

Nyhetsmedier kan inte spegla den verklighet vi lever i, då mediernas format är begränsade. Teorin om framing (gestaltningsteorin) förtydligar teorin om hur medieinnehållet formas av de val som görs för vad som får bli en del av nyhetsinnehållet och vad som prioriteras bort. Valen handlar också om berättarperspektiv, vilka källor och överlag passande nyhetsämne överlag. Val som nyhetsmedierna gör är både medvetna och omedvetna. Det är därför endast vissa aspekter av verkligheten som nyhetsmedierna visar upp för publiken. Utifrån denna teori är det därmed väsentligt att se nyheter som rekonstruktioner av verkligheten och inte som en spegelbild av den. (Strömbäck 2009)

5 Metod

5.1 Val av metod

I studien har jag valt att använda mig av en kvalitativ metodansats. Jag har valt en kvalitativ metodansats för att jag anser att det är den mest lämpade metodansatsen för att besvara de forskningsfrågor som ämnas besvaras genom studien. Då studiens forskningsfrågor kräver en fördjupad kunskap och förståelse över hur barns relation till och uppfattningar om sociala medier ser ut, är en kvalitativ metodansats mest lämpad för denna undersökning. Kvalitativa fokusgruppsintervjuer är den undersökningsdesign jag valt att använda för insamling av material. En fokusgrupp är en form av gruppintervju vilket innebär att det är fler deltagare som är närvarande och som blir intervjuade samtidigt. Grundidén med denna metod är att individer med viss erfarenhet om ett ämne (vilket intervjun fokuserar på), blir intervjuade på ett ostrukturerat sätt, där diskussionen kring ämnet samt samspelet i gruppen och den gemensamma betydelsekonstruktionen är i centrum.

Jag anser att denna undersökningsdesign är mest lämpad för denna studie eftersom jag vill att ett flertal barn deltar i undersökningen och fokusgrupp är då en effektiv metod. Samtidigt anser jag att diskussion i grupp kommer få de barn som deltar i studien att analysera och utveckla sina tankar och åsikter kring ämnet ytterligare än vid enskilda samtalsintervjuer eller vid en enkätundersökning, vilka är andra grundmetoder inom kvalitativa studier. Att använda mig av andra alternativa metoder inom kvalitativa studier, så som exempelvis observationer, var i detta fall inte intressant eftersom dessa inte hade gett mig det material som krävs för att besvara forskningsfrågorna.

En fokusgruppsintervju ska inte vara strukturerad och styrande. Att endast använda ett frågeformulär med ett fåtal frågor kring ämnet är därför optimalt för att styra intervjun. Fördelarna med att inte styra intervjun är att forskaren har lättare att hitta det som deltagarna upplever mest intressant och viktigt kring ämnet om de får möjlighet till fri diskussion.

Den vanligaste gruppstorleken vid en fokusgrupp är mellan sex till tio deltagare.

Fokusgrupper är bra om forskaren vill ha fram flera olika åsikter av en fråga och även om det är viktigt att få utvecklade svar vilket kan ske när individer diskuterar i grupp (Bryman 2011). I en fokusgrupp kan deltagarna även utforska deras åsikter och skälen till dessa åsikter, vilket ofta är intressant. Deltagarna i en fokusgrupp kan även lyfta de delar av ämnet eller de frågor som de anser vara mest relevanta, vilket oftast är viktigt att få fram då det ofta är en utgångspunkt att få fram deltagarnas uppfattningar om ämnet.

5.2 Metodens begränsningar

Att fokusgrupper är ostrukturerade kan också ses som en begränsning. Detta i och med att kontrollen över processen inte ligger i forskarens händer i samma utsträckning som vid andra metoder. Forskaren ska inte styra intervjun allt för mycket men på grund av de specifika forskningsfrågor som oftast satts upp behöver forskaren ha viss kontroll då dessa bör styra undersökningen. Det är därmed en svår balans vid fokusgruppsintervjuer hur pass styrande och kontrollerande forskaren ska vara. (Bryman 2011)

Vad som också kännetecknar denna metod är att forskaren ofta får stora datamängder och att dessa kan vara svåra att analysera. Svårigheter vid analysering av materialet kan exempelvis bero på att det finns delar under intervjun som är svåra att tyda, exempelvis då deltagare pratar i mun på varandra. Detta kan göra att en del material går till spillo. Det kan också vara svårt att analysera både de deltagarna säger, vem som säger vad samt även hur deltagarna samspelar inom gruppen, vilket ofta är en viktig del inom denna typ av forskning. Att vissa deltagare tar mer plats och att andra deltagare är helt tysta är heller inte ovanligt, som också kan ha inverkan på forskningsresultatet. (Bryman 2011)

Fokusgrupper kan också vara svåra att organisera, då de är flera deltagare som ska delta, vara tillgängliga och anlända under samma tidpunkt (Bryman 2011). Detta var dock inget problem vid min fokusgruppsintervju eftersom alla deltagare befann sig på samma plats under samma tid, redan innan intervjun skulle äga rum. Det krävdes därmed inte någon organisering av denna del från min sida. Andra begränsningarna och hur dessa påverkade min undersökning diskuteras i kapitel ”*Utvärdering av undersökningens kvalitet*”.

5.3 Urval och tillvägagångssätt

Redan tidigare hade jag bestämt att undersöka barn stora nog att kunna föra en intressant diskussion om sociala medier. Något som jag också hade i åtanke var att majoriteten av de barn jag skulle undersöka skulle vara bekanta med sociala medier, åtminstone som begrepp. Jag valde att undersöka barn runt 12 år då det var viktigt för mig att komma i kontakt med så unga individer som möjligt men ändå med de två kriterier nämnda ovan.

För att komma i kontakt med de individer som var lämpade för att delta i studien bestämde jag mig för att kontakta ett flertal skolor i Göteborg. Att jag vände mig till skolor var huvudsakligen för att på ett enkelt sätt komma i kontakt med ett flertal barn i önskvärd ålder. Dessa barn befinner sig också på samma plats under samma tidpunkter, vilket även de underlättar hela undersökningsprocessen. Jag kom i kontakt med en klassföreståndare på en skola vilken jag fick lov att utföra studien på. Studien utfördes på barn som går i femte klass och är mellan 11-12 år.

Skolan jag genomfört undersökningen på samt de barn som deltagit i undersökningen kommer hållas anonyma i denna rapport. Att jag valt att hålla både skolan och de barn som deltog i studien anonyma är för att jag ansåg det vara lättare för mig att få utföra studien om jag redan från början talade om att skola och barn hålls anonyma. Anledningen till anonymiteten är därför grundat på att jag lättare skulle få både skola och barnen att vilja delta i undersökningen.

Totalt deltog 18 stycken barn i studien. Klassen som deltog bestod egentligen av 21 stycken barn och anledningen till att tre inte deltog var att en inte var närvarande då studien utfördes och att två av barnen inte ville delta. Klassföreståndaren hade innan studien berättat för klassen att de skulle delta i en undersökning men att denna också var frivillig. Tidigare hade även jag tillsammans med klassföreståndaren bestämt att de var mest lämpligt att dela in klassen i tre grupper, det vill säga att tre stycken gruppintervjuer skulle hållas.

Intervjun hölls i ett grupprum i skolan vilket är en miljö barnen känner sig bekväma i. Att intervjun hålls i en bekväm och bekant miljö för barnen ansåg jag viktigt för en lyckad intervju. Vid intervjuerna agerade jag moderator, det vill säga den som håller i

intervjun (Bryman 2011). I början av varje intervju berättade jag för barnen vad syftet med fokusgruppsintervjun var, hur intervjun skulle gå till, att intervjun spelades in och varför, samt talade om ännu en gång att alla som deltog skulle hållas anonyma. Jag tog även upp regler som att tala en i taget men berättade även att barnen inte behövde prata utan att man pratar bara om man känner sig trygg och vill. Att det var frivilligt att delta i studien och även att det vid deltagandet var frivilligt att uttrycka sig, var enligt mig viktigt att tydligt meddela för att ingen skulle känna sig tvingad att delta eller till att aktivt delta i diskussionen samt för att de som deltog skulle känna sig trygga i situationen.

Under studien hade jag en sorts intervjuguide som stöd, med frågor som utvecklade forskningsfrågorna (Se bilaga A). Jag försökte däremot inte styra intervjun allt för mycket men märkte ganska snabbt att barnen behövde en del frågor för att kunna diskutera kring ämnet och främst för att hålla sig till ämnet. Intervjuerna spelades in för att jag skulle kunna lyssna och ta till mig materialet igen efter intervjun. Jag valde att inte anteckna under intervjuerna eftersom dessa spelades in samt för att jag inte ansåg det vara lämpligt, då jag ville skapa en känsla av en vanlig diskussion och inte en känsla av att det var en intervju. Två av gruppintervjuerna hölls under närmare en timma och en intervju hölls runt 40 minuter. Det var aktiv diskussion kring ämnet under intervjuerna och många av barnen tyckte det var roligt att delta, vilket jag tror var anledningen till enligt mig lyckade intervjuer.

5.4 Utvärdering av undersökningens kvalitet

Genom min studie anser jag att jag fått material till att kunna besvara mina forskningsfrågor. Vad som däremot är viktigt att vara medveten om är att jag genom att göra en kvalitativ undersökning inte har möjlighet till att generalisera resultatet av forskningen till fler barn än de som jag undersökt. Jag kan därmed inte dra slutsatser från de barn som undersökts till andra barn. Detta på grund av att kvalitativa undersökningar inte tillåter empirisk generalisering (Bryman 2011). Däremot är inte det av främsta intresset inom kvalitativ forskning att kunna generalisera resultat (Bryman 2011) och det låg inte heller i mitt intresse för studien och därför är detta ingenting som påverkar undersökningens kvalitet negativt, enligt mig.

Även om det förts många diskussioner bland forskare om hur pass relevanta begreppen validitet och reliabilitet är inom kvalitativ forskning har jag valt att använda mig av dessa begrepp för att diskutera undersökningens kvalitet. Förenklat innebär validitet att man undersökt det man avsett att undersöka i en studie, och reliabilitet innebär att studien är utförd på ett noggrant sätt (Bryman 2011). Jag anser att studiens validitet samt reliabilitet är hög i detta avseende men vill tydliggöra att det finns delar inom dessa begrepp som inte kan uppnås vid en kvalitativ forskning.

Det jag här främst syftar på är att studien inte kommer att kunna replikeras, det vill säga, att studien inte kommer kunna upprepas med samma resultat vid ett senare tillfälle. Detta på grund av att intervjuer inte kan få exakt samma utfall vid olika tillfällen på grund av bland annat den sociala miljön vid intervjutillfällena (Bryman 2011). Detta innebär att jag inte antar att undersökningen kan replikeras när jag talar om hög reliabilitet. Vad som heller inte kan uppnås är generalisering av resultat, vilket diskuterades ovan. Begreppet validitet är nämligen kopplat till begreppet generaliserbarhet, vilket innebär att man genom en studie med hög validitet ska kunna generalisera resultatet av studien till andra fall (Bryman 2011). Som ovan nämnt är en generalisering av forskning inom kvalitativa studier inte möjligt och därför är inte validiteten hög i detta avseende.

Även om jag anser att reliabiliteten är hög tycker jag själv att fokusgruppsintervjuerna blev lite mer styrda genom frågor än vad en fokusgrupp bör vara. Detta var däremot nödvändigt för att deltagarna skulle hålla sig till ämnet och diskutera ämnet på ett sätt som gav mig relevant material för att besvara mina forskningsfrågor, det vill säga för att ge undersökningen hög validitet. Att fokusgrupperna blev mer styrda påverkar däremot inte studiens reliabilitet då undersökningen är noga utförd men däremot inte på ett optimalt sätt för den valda metodansatsen.

Vad som också påverkar undersökningens kvalitet är att det finns delar av intervjun som är svåra att tyda vad som sägs, på grund av att deltagarna pratar i mun på varandra. Detta gör att en del material inte kan användas till forskningen. En konsekvens av detta kan vara att betydelsefulla diskussioner kring ämnet inte kan användas i studien, vilket kan ha inverkan på studiens kvalitet. Värt att notera är att detta fenomen är mycket svårt att undvika vid fokusgruppsintervjuer (Bryman 2011).

Undersökningens kvalitet kan också diskuteras utifrån etiska aspekter och Jag har vid genomförandet av undersökningen försökt att följa de etiska riktlinjer som finns för svenska vetenskapliga undersökningar. Den första principen som bör följas är *Informationskravet*. Denna princip innebär att forskaren ska informera de personer som är involverade i undersökningen om dess syfte. Personerna som ska delta i undersökningen ska även veta att deras deltagande är frivilligt och få all information om undersökningens upplägg. Det finns också ett *samtyckeskrav*, vilken återkommer till att de medverkande personerna har rätt att själva bestämma över deras medverkan. Om deltagarna är minderåriga brukar även föräldrarnas samtycke fås. Detta var någonting som jag i min undersökning inte efterföljde, främst för att jag ansåg att undersökningens anonymitet säkerställer att ingen kan identifieras genom undersökningen, vilket också säkerställer att ingen skada kan ske för deltagarna. Därför ansåg jag att det i detta fall inte vara fullt ut nödvändigt att ha detta samtycke. Klassföreståndarens bestämda åsikt om att ett godkännande inte var nödvändigt, gjorde också att jag blev mer trygg i mitt val av att det var okej att genomföra undersökningen utan föräldrars och vårdnadshavares samtycke. Det *konfidentialitetskrav* som finns efterlevdes genom att alla i undersökningen var anonyma, jag som forskare hade heller inte namn eller andra uppgifter på de som deltog i undersökningen. *Nyttjandekravet* efterföljdes också genom att allt de material som samlades in endast användes i forskningsändamål. Denna information innehöll heller inga uppgifter om enskilda personer.

6 Resultatredovisning och analys

6.1 Definition

Vid frågan vad sociala medier är så svarar barnen samstämmigt om att det är sociala nätverk så som Facebook, Instagram, Snapchat, Kik och Twitter. Andra sociala nätverk som barnen var bekanta med var WhatsUp, Skype, YouTube och Vine. Förutom de olika sociala nätverken så beskrev fyra av barnen sociala medier som nedan:

”Sociala medier är väl typ att de är appar, eller a, nått som man kan kommunicera med varandra.”

”Man är typ social genom mobilen eller datorn.”

”Der man deler med de andre, ikke sant, på internett.”

”Där man pratar på internet med folk.”

Det framgår tydligt att barn har kännedom om ett stort antal sociala medier och vad huvudsyftet är med sociala medier. Kopplat till den forskning jag tagit del av och som diskuteras mer under kommande kapitel *”Aktivitet”*, är den goda kännedomen av sociala medier inte förvånande.

6.2 Aktivitet

Av den statistik jag har tagit del av i tidigare forskning kring barn och ungas användning av sociala medier, framgår det att av barn mellan 12 till 15 år är 9 av 10 aktiva på sociala medier minst en gång i veckan. Tre av fyra 12 till 15 åringar (72 procent) är dagligen aktiva på sociala medier (Findahl 2014). De som framgick genom studien är att 17 av de 18 barn som deltog i undersökningen hade ett eller flera konton på någon eller några sociala medieplattformar. Dessa siffror påvisar de siffror som presenteras i den statistik jag tidigare tagit del av. 9 av 10 (90 procent) av barnen som deltog i undersökningen var alltså användare av sociala medier. Denna siffra kan inte generaliseras till en större publik men visar däremot att mitt resultat stämmer överens med tidigare forskning (Findahl 2014), vilken varit generaliserbar för hela Sveriges 12-15 åringar.

Barnen har använt sociala medier mellan allt från ett par år till endast några få månader. Att vara aktiv på sociala medier genom användning av mobil är vanligt bland barnen, men en surfplatta är heller inte ovanligt att använda sig av när barnen är aktiva på sociala medier. Vid frågan om vilka sociala medier barnen har ett registrerat konto på var det ett par barn som uttryckte sig att de har ”typ allt”. De sociala medier barnen verkar vara mest aktiva på är Kik, vilket används mest för att chatta gratis med varandra. Många är även aktiva användare av Snapchat och Instagram. Facebook är det få av barnen som aktivt använder, samma gäller Twitter.

Det är olika hur mycket tid barnen lägger på sociala medier. Några menar att de inte är aktiva dagligen, men majoriteten säger att de använder sociala medier varje dag. Hur

länge man är aktiv och om man är aktiv en eller flera gånger per dag varierar. Det som avgör användningens frekvens är om det finns luckor i vardagen då barnen inte har något att göra, samt om barnen har tråkigt. I dessa fall så blir användningen av sociala medier mer frekvent. Vid diskussionen om hur ofta barnen är aktiva på sociala medier, menar några av barnen att de främst är aktiva när de har tråkigt:

”Några gånger varje dag, när jag har tråkigt mest.”

”Om man typ har tråkigt så kan man typ kicka till någon eller så.”

”Det kan vara typ om man har tråkigt, och inte har något att göra, då kan man gå in och kolla.”

Det som Strömbäck (2009) kallar för förströelsebehov kan jag koppla ihop med resultatet ovan. Det framgår tydligt att barnen är mer aktiva på sociala medier när de har tråkigt och inte har någonting annat för sig. Sociala medier används därmed främst enligt barnen till att fördriva tiden. Idén om att sociala medier används för att möta detta behov av att tidsfördriv förstärks även av forskningen som Livingstone (2001) presenterar om att medier är till för att fylla stunder av tristess och ensamhet.

I åldrarna 12 till 15 år är 9 av 10 aktiva på sociala medier minst en gång i veckan och 3 av 4 (72 procent), är dagligen aktiva på olika sociala plattformar. 6,7 timmar i veckan ägnar 12-15 åringar i snitt åt sociala medier. Min studie visar att barnens användning av sociala medier varierar mycket och inget av barnen visste hur ofta eller hur mycket tid det lägger på sociala medier, utan detta skilde sig åt från dag till dag enligt barnen. Detta gör att det inte går att analysera kring om studien kan mätas med de siffror som presenteras ovan.

Det människor gör när de är aktiva på sociala medier är enligt barnen, från min studie, aktiviteter som att chatta, lägger upp bilder, delar bilder samt delar videoklipp. Att hitta fakta är också något som nämns och som flera av barnen menar görs genom sociala medier. När barnen själva är aktiva på sociala medier brukar de ofta chatta med andra användare eller titta på uppdateringar, främst bilder, som andra användare lagt upp. På YouTube är det vanligt att surfa runt och titta på olika videoklipp. Ett av barnen nämner

att hen använder sociala medier för att söka upp information, men de framkommer också tydligt att de flesta av barnen använder sociala medier för att *”se vad som händer”* i omgivningen. Vad som anses vara intressant är både det som läggs upp och det som händer i den nära omgivningen men också det som händer globalt, exempelvis nyheter om kändisar anses intressant att uppdatera sig om.

Barn mellan 12 till 15 år anses enligt statistiken som presenterats tidigare i rapporten, vara mycket aktiva användare där hela 79 procent producerar eget innehåll (Findahl 2014). Generellt sett, enligt statistiken, är det vanligare att vara aktiv genom att endast besöka och läsa innehåll på de sociala plattformarna, det vill säga inte producera eget innehåll. Min uppfattning under studien var att barnen inte är så aktiva på sociala medier som förväntat. Barnen menar att de främst kollar på vad andra publicerar men att publicera själva är inte lika vanligt. Att det är vanligare att besöka användare samt läsa och titta på innehåll tror jag utifrån studien och barnens berättelser stämmer med hur användningen främst ser ut.

Uses-and-gratifications-teorin kan kopplas till barnens användning av sociala medier eftersom det är barnens behov som påverkar hur de orienterar sig bland dessa medier och dess innehåll (Carlsson 2010). Det är barnen som väljer vilka sociala medier de ska vara aktiva på, när de ska vara aktiva och hur ofta samt på vilket sätt de ska vara aktiva. Barnen agerar därmed som aktiva mediekonsumenter. Vad som styr användningen och konsumtionen är de behov som barnen har och vilka tillfredsställs via användningen av de sociala medierna. Behoven kan variera allt från att finna information, till att orientera sig i samhället, till behov av att uttrycka sig (Strömbäck 2009). Vilka behov barnen har, som formar användningen, och som framgår genom studien är främst ett behov att kommunicera med vänner genom att chatta. WhatsUp, Kik och Snapchat är de plattformar som främst används för att tillfredsställa detta behov. Vad som lockar här är även att det är gratis att kommunicera via sociala nätverk, vilket jag under studien har noterat är ett behov flera av barnen uttryckt. Ett behov av att se vad som händer är också tydligt att de tillfredsställs genom de sociala medierna.

6.3 Beroende eller ett aktivt val av användning?

På frågan om det känns som ett måste och att barnen så att säga känner sig beroende av att vara aktiv på sina sociala medier, så har barnen delade åsikter. En del av barnen

menar att de inte på något sätt känner sig beroende eller att de känner en känsla av tvång att vara aktiv eller att exempelvis se allt som uppdaterats via sociala medier hela tiden. Däremot menar några av barnen att det ibland känns på det sättet. Flera av barnen visar även en medvetenhet i att man kan bli beroende av sociala medier och detta ses av dessa som en negativ effekt som användningen av sociala medier kan leda till. Några av barnens kommentarer från diskussionen:

”Man måste inte, men det blir nästan som en vana... så fort jag gick in på mobilen rörde sig tummen automatiskt ner till Instagram.”

”... varje gång på morgonen så kollade jag om jag fått några ”gilla” på mina bilder från förra veckan eller nått, och sen så gick jag ut, och sen när jag skulle gå till skolan kollade jag också, och sen när jag hade gått av bussen, så det var varje gång jag hade tid så kollade jag på Instagram. Så det är typ som en vana.”

”Man blir typ beroende att man går in där varje dag och sånt.”

Jag har tidigare i rapporten presenterat resultat som tydligt visar att flera av barnen främst använder sociala medier som tidsfördriv. Samtidigt anser jag utifrån materialet att det hos flera barn har utvecklats tendenser som liknat beroende av att vara aktiv på sina sociala medier. Denna tendens verkar däremot barnen vara omedvetna om och de pratar istället om att det är en vana att vara aktiv på sociala medier.

Vad som liknar tendenser av ett beroende hos några av barnen är bland annat att flera av barnen menar att kroppen skapat en typ av reflex att gå in på de sociala medierna genom appar på mobiltelefonen. Ett av barnen menade till och med att hen ibland ändrar på platsen på appar för att slippa detta ”problem”. Ett annat barn säger att hen för tillfället inte hade tillgång till Instagram, och medgav att det var väldigt jobbigt att inte kunna använda Instagram i början. Däremot är det nu, efter några månader, inte lika jobbigt att inte kunna vara aktiv. Hen uttrycker:

”... jag har inget sug efter att jag vill ha Instagram, eller jo jag vill ha det, men det är inget måste egentligen.”

Barnen känner således en tillfredsställelse genom användningen av sociala medier. Vad för behov som tillfredsställs framkommer inte under diskussionen, men möjligtvis skapar användningen ett typ av rus, vilket gör att barnen blir beroende och är aktiva om och om igen. (Giles 2003)

Flera av barnen uttrycker att det har blivit en vana och att mycket av användningen sker nästan automatiskt, utan att barnen hinner reflektera över den. Detta kan också kopplas ihop med uses-and-gratification-teorin, eftersom barnens användning av sociala medier tillfredsställer behov (Carlsson 2010). Vid den tendens av omedveten användning och beroende hos flera barn som studien visar, kan däremot barnen inte ses som aktiva mediekonsumenter för all användningen. Behov tillfredsställs likväl ändå vid denna ”automatiska” användning, om så omedvetet, vilket bekräftar att användningen kan kopplas till denna teori.

6.4 Omgivningens påverkan och användning

Ett av de 18 barnen som deltog i studien medgav att hen varken har något konto eller är en aktiv användare av sociala medier. Barnen är däremot överens om att de flesta de känner i deras ålder har ett konto och är användare av något socialt medium. Att *”Alla har typ Instagram och Kik”*, som ett av barnen uttryckte, var det flera som höll med om. De som påverkar barnen mest i frågan om de använder sociala medier eller inte är kompisar. Två av barnen säger däremot att de skaffade det för att någon av deras föräldrar hade det. Om någon inte använder sociala medier spelar dock ingen roll, menar majoriteten av barnen. *”Man blir inte mobbad eller nått”* var det ett av barn som menade i denna fråga. Ett av barnen uttrycker emellertid en känsla av utanförskap när hen inte använde Instagram:

”...jag ville så gärna ha Instagram för att dom andra hade det, det var inte precis sådär att jag kände verkligen att jag ville ha det för att jag tyckte det var roligt, det var nog mest då för att jag ville liksom inte vara annorlunda, nä men det känns inte bra att vara annorlunda, det var inte någon som liksom sa att du måste ha det för annars vill vi inte vara med dig utan det var mest en känsla för att jag inte var som alla andra.”

Det framkom tydligt under diskussionen att nästan alla barn var aktiva på sociala medier. Men de var också tydligt att det inte var några konstigheter om någon inte

använde sociala medier. Dock är det kompisar som främst påverkat barnen att skaffa sociala medier. Vi vet också att det finns ett behov under utvecklingen av identiteten att relatera sig till omgivningen (Strömbäck 2009), och att identiteten formas genom hur individen ser på sig själv men också hur denne blir betraktad och uppfattad av andra. (Fjällhed och Jensen 2013). Att barnens användning av sociala medier, samt vägen till att börja använda sociala medier, påverkas av omgivningens användning är således troligt. Citatet ovan beskriver just detta, hur barnets omgivnings användning av sociala medier resulterade i att hen ansåg sig annorlunda utifrån dess ögon och valde därför att använda sociala medier.

6.5 Umgås vi genom sociala medier?

Att många idag är upptagna med att kolla på sina mobiltelefoner istället för att umgås och för att göra något annat, är inte populärt bland barnen. Ett av barnen säger att det inte är ovanligt att kompisar börjar hålla på med sina mobiltelefoner istället för att umgås och att detta fortsätter under långa stunder. Två andra barn säger att de alltid gör annat så som att spela fotboll men att de tittar på mobiltelefonen ibland också och att de även använder mobiltelefoner mycket för att spela in och lägga upp olika videoklipp på Instagram.

Att umgås och prata genom sociala medier ses inte av barnen som att man umgås ”på riktigt” utan alla är överens om att det är mycket viktigare att umgås genom att träffas ”fysiskt”, än att prata genom sociala medier. Två barn uttrycker följande under diskussionen:

”Jag tycker man kan ju såhär om man har tråkigt och så kan man ju sitta och sms:a, men det är ju inte riktigt typ som att vara med någon, för man kan ju liksom inte göra någonting tillsammans.”

”Men om man sitter i ett rum, och så kanske man är typ tio personer, och då sitter typ flera, om vi säger nio stycken sitter med sin mobil, då blir det ändå som att en känner sig ensam, och dom andra dom liksom, alltså dom är inte med i verkligheten, utan alla är i var sin värld.”

Det som är det väsentliga vid användning av sociala medier är kontakten med andra människor och känslan av att social närvaro skapas (Heide et al. 2012). Dock är den kontakt med människor och det ”umgänge” som sociala medier ger användaren inte mätbart med att umgås ”fysiskt”, enligt barnen. Det är också intressant att koppla resultatet ovan med den debatt som ständigt pågår om barn och ungas användning av sociala medier. Vanligt förekommande i denna debatt är diskussionen om den risk som finns för att sociala medier kan bidra till social isolering. Enligt resultatet ovan borde detta inte ses som en risk, då barnen medger att de hellre umgås ”på riktigt” än via sociala medier. Det finns även forskning på att barn väljer att umgås med kompisar framför användning av sociala medier (Livingstone 2001). Sociala medier är istället till för de stunder av tristess och ensamhet (Livingstone 2001), vilket också bekräftas av ett av citaten ovan.

6.6 Medvetenhet och eftertänksamhet

Barnen är mycket medvetna om att vara försiktig med vad de lägger upp för status och bilder och att inte främlingar ska följa dem på de olika sociala medier som de använder. De som påverkat barnen att vara försiktiga med främlingar på sociala medier tycks vara föräldrarna. Att blocka personer de inte känner eller att tacka nej till följningsförfrågningar är inte ovanligt, detta för att endast ha personer barnen känner på deras privata konto.

Ett flertal av barnen säger att de har både ett privat och ett offentligt konto på det sociala nätverket Instagram. Ett barn medger även att de väljer att lägga upp olika bilder på de privata och det offentliga kontot och är mer öppna för att till exempel lägga ut bilder på sig själv på det privata kontot. Det privata kontot är endast för vänner och familj enligt barnen, och de offentliga kontona kan ses och följas av alla användare. Men även om ett flertal av barnen har både ett privat och ett offentligt konto säger de flesta att det offentliga kontot används mycket sällan och att det ännu mer sällan läggs upp bilder på detta konto. En anledning till att de har två konton kommer inte tydligt fram, och min känsla är att barnen inte fullt ut har klart för sig varför de valt att ha två konton, ett privat och ett offentligt.

En anledning till att ha ett privat konto framkommer däremot vara för att barnen inte vill att konstiga människor ska kunna kontakta eller se dem genom deras konton, vilket flera

av barnen uttrycker. Men ett barn menar istället att hen inte förstår att detta är så viktigt, då ingen kan veta vart man bor ändå om man inte skriver ut de. Hen säger:

”Men egentligen spelar det väl ingen roll, dom kan inte veta vart man bor och så om man inte skriver det, alltså dom kan bara se hur man ser ut.”

Resultatet ovan visar tydligt att det finns en medvetenhet hos barnen av att alla personer de kommer i kontakt med genom sociala medier inte vill deras bästa och därför är barnen mycket försiktiga med att skapa kontakt med främmande människor. Jag anser att barnen visar en förståelse för att det genom sociala medier finns en risk av att människor exempelvis kan ljuga, vilket skapar denna skepsis. Forskning jag tidigare presenterat visar också på att barn och ungas medvetenhet kring internets alla möjligheter och risker har ökat i samhället. Detta resulterar exempelvis i att barn och unga tenderar att istället för att prata och ta kontakt med helt okända personer, väljer att prata och ta kontakt med vänner och bekanta även online. (Carlsson 2010)

6.7 Dömande kommentarer

Det är många kamrater som ifrågasätter det som barnen lägger upp, vilket flera av barnen inte tycker känns bra. Det är också många i omgivningen som starkt dömer dem genom de bilder som läggs upp, menar ett av barnen. Därför tar barnen inte bilder på vad som helst och lägger upp på sociala medier, utan de väljer att publicera bilder som de vet ”funkar”. Framst för att få likes, vilket är då bilder eller ”statusar” på sociala medier aktivt gillas av andra användare, vilket sedan blir synligt för alla användare. För att förstå vad som ses som normala bilder att lägga upp så menar flera av barnen att de kan titta på vad andra publicerar.

Det finns utifrån studien tydliga normer (Tubbs 2010) kring vad som är okej och anses vara normala bilder eller rätt bilder att publicera och vad som inte är det. Att följa denna norm anses vara viktigt för att undvika de ifrågasättande som annars pågår bland barnen och även för att undvika att bli dömd genom de bilder som barnen publicerar. Om man följer normen så blir det tydlig utifrån diskussionen med barnen att detta minskar. Ett av barnen menar att hen först la ut bilder utanför normen men förstod sedan vad som var okej att lägga upp och inte, vilket förtydligar att regler finns (Tubbs 2010). Ett av barnen säger även:

”Alltså man tar ju inte kort på en när man är alldeles rufsig i håret, typ en selfie när man är helt morgontrött eller typ så, det gör man inte.”

Normer formas bland annat utifrån vilken situation vi befinner oss i och då studien visar att normer finns för publicering av bilder på sociala medier, vet vi att normer även skapas för de situationer vi befinner oss i online. Det framgår tydligt att barnen är medvetna om dessa normer. Det finns således specifika förväntningar på vad barnen ska eller inte ska publicera på sociala medier (Tubbs 2010). Om barnen väljer att avvika från de förväntade publikationerna, avviker de från normen, och barnen blir istället utdömda.

Ett av barnen menar däremot att hen ska kunna lägga upp vad hen vill för att det är dennes eget konto. Dock framkom det inte om hen gör det eller inte. Om inte annat visar detta tillsammans med resultatet presenterat innan prov på att normer kan begränsa människans beteende, de beteende som går emot normen, vilket hämmar den personliga utvecklingen (Tubbs 2010).

6.8 Varför sociala medier?

Att människor väljer att använda sociala medier och dela med sig av sina liv beror enligt barnen på att de vill dela med sig till andra om vad de gör eller det de tycker om. Det kan också handla om att människor är stolta över något de gjort och vill visa upp det eller kanske vill visa något de är bra på. En anledning kan också vara att man inte vill gå runt till alla och visa vad man gjort som är bra eller är stolt över, utan istället lägger upp det på exempelvis Instagram för att alla ska kunna se. Att få ”likes” och bekräftelse, det vill säga någon form av respons och uppmärksamhet tar också barnen upp som en av de främsta anledningarna till användandet av sociala medier, speciellt för barn i deras egen ålder. Nedan följer några citat från diskussionen kring frågan om varför man använder sociala medier är:

”För att visa vad man gör.”

”... och så vill man liksom ha bekräftelse.”

”Men det är väl också att man har, man kan liksom kommunicera där också.”

”Jag vill lägga ut de på Instagram för att visa, kolla jag kan baka.”

De är främst personers bästa sidor som läggs ut på sociala medier enligt några av barnen. Men flera menar även att många också väljer att lägga ut statusar och bilder på att de är ledsna och mår dåligt. Detta menar barnen är för att få snälla kommentarer och för att man vill att någon ska bry sig och ge tröst så att man mår bättre igen.

Om de väl lägger ut någon bild eller skriver en status uttrycker några av barnen däremot att det väldigt viktigt att få många likes. Varför barnen väljer att lägga upp exempelvis bilder framgår främst av att de vill visa vad de kan för andra eller för att de tagit ett fint foto. Varför det är så viktigt att få bekräftelse genom sociala medier via kommentarer och likes beskriver några barn på följande sätt:

”Det känns ju roligt att någon har kollat på bilden och liksom skriver nått typ, säger att man är söt eller nått, då blir man väldigt glad.”

”Men alltså det kanske är en sådan dag då man inte har så bra självförtroende typ.”

Flera av barnen säger att de tycker att det både är bra och dåligt att man kan söka bekräftelse och få respons via sociala medier. Det som är bra enligt några av barnen är att man kan bli glad av det men vad som är dåligt är att man också kan bli ledsen. Några barn menar att man lätt jämför sig med andra på sociala medier och vad jag förstår skapar det främst negativa känslor hos barnen. Ett barn uttrycker:

”Men sen kanske om någon lägger ut en bild som får hur många kommentarer som helst på hur fin och så den är, och så lägger någon annan ut en bild och får inte en enda.”

Jag vill koppla resultatet ovan till teorier om socialisationsprocesser, identitetsskapande samt normer. Socialisationsprocesser handlar om individens inhämtande, tolkande och lärande av de normer och värden som sker i sociala sammanhang (Fjällhed och Jensen 2013). Vi blir idag in-socialiserade i ett samhälle där majoriteten av barn och unga är

aktiva på sociala medier (Findahl 2014), och det blir på något sätt som en norm att vara aktiv på dessa plattformar. Hur vi sedan väljer att vara aktiva är något som också kan kopplas till de normer vi idag lever efter. Detta eftersom normer är de väntade beteendet från samhället (Fiske 2003), de riktlinjer vi förhåller oss till för hur vi ska bete oss i sociala situationer (Tubbs 2010). När människor befinner sig aktiva på sociala medier finns det således ett förväntat beteende, ett förväntat beteende av vad vi bör och inte bör publicera men också från användarnas perspektiv ett förväntat beteende om att finna bekräftelse genom sociala medier, att synas och visa sig duktig. För att få positiv bekräftelse är det viktigt att följa de normer som ger intryck av att finnas för publicering via sociala medier.

Socialisation är kopplat till normer men också starkt kopplat till identitetsskapande, då denna process formar vilka identiteter en individ kan förankra och visa upp i de olika sociala sammanhangen (Fjällhed och Jensen 2013). Om vi socialiseras in i ett samhälle där det skapats en norm för användning av sociala medier, blir det tydligt att detta även påverkar den identitetsskapande processen. Identitetsskapande utvecklas genom de sociala världar vi befinner oss i, därför har sociala medier också en stor inverkan på hur identiteter utvecklas (Fjällhed och Jensen 2013). Troligen kan barnens användning av sociala medier påverka deras identitetsskapande. Min tolkning utifrån barnens berättande är att den mest passande identitet vid användning av sociala medier är den expressiva, aktiva och attraktiva individen, vilket troligen blir den identitet barnen förankrar i denna sociala miljö.

6.9 Sociala medier och verkligheten

Majoriteten av barnen håller med om att alla inte är sig själva genom sociala medier och att livet inte är perfekt så som många vill försöka visa, utan att det är mycket vanligt att folk överdriver och visar sig från deras bra sidor. Exempelvis att man lägger på filter på foton, vilket förändrar den verkliga bilden menar ett av barnen. Några barn menar också att om man inte är sig själv på sociala medier kan det vara så att man vill spela cool för att få fler följare, men att man kanske egentligen inte är det. *”Många kanske är jättesvaga inuti istället”*, menar ett av barnen. Några barn uttryckte följande under denna diskussion:

”Det känns som att man måste visa att typ livet är perfekt hela tiden.”

”Jag tycker inte man kan döma någon på deras Instagram, för det kan vara helt annorlunda i verkligheten.”

”...man lägger inte upp konstiga bilder som verkligheten ser ut.”

”Jag tror kanske att man inte är sig själv alltid, men jag är väl det oftast, men alla kanske inte är det.”

Internet används framför allt som en slags lekplats där barn och unga har möjlighet till att experimentera med hur de uttrycker tankar och åsikter via olika plattformar, samt välja hur de presenterar sig själva för omvärlden (Carlsson 2010). Att barnen menar att de känns som att många som använder sociala medier försöker visa sig från sina bästa sidor, visar prov på att vi kan välja hur vi framstår genom sociala medier och detta kan kopplas ihop med teorin om *framing*, även kallad gestaltningsteorin (Strömbäck 2009). Genom att användare förvränger verkligheten genom sociala medier så är det sedan den bild som visas som skapar barnens uppfattning av verkligheten (Strömbäck 2009). Hur människor presenterar sig genom sociala medier påverkar därmed hur dessa människor uppfattas av omgivningen. Om det endast är de bra sidorna av människor och de delar av livet människor vill visa utåt som visas så är det också denna bild som sprids och den bild barnen betraktar verkligheten genom.

Detta fenomen som barnen beskriver visar också att Goffmans teori om *främre och bakre regioner* (Johansson och Lalander 2010) ständigt förekommer via sociala medier och att det är de normer som existerar i samhället som påverkar hur människan agerar i den främre regionen, hur vi beter oss i detta fall via sociala medier, och valet människan gör av vilken bild denne väljer att visa upp via dessa plattformar.

6.10 Sociala medier; Bra eller dåligt?

Facebook anser barnen är bra för att till exempel komma i kontakt med släkt eller gamla vänner, och Skype är bra att prata genom om man bor i olika länder men ändå vill kunna prata och hålla kontakten. Men även om sociala medier är bra för att prata med andra och hålla kontakt så tycker några av barnen att det är svårt att lära känna någon på riktigt bara genom sociala medier. Anledningen till detta kan vara att flera av barnen

menar att man inte är eller visar upp sitt riktiga jag genom sociala medier, vilket inte ses som positivt.

Vad några av barnen däremot tar upp som är positivt med sociala medier är att man genom sociala medier kan hjälpa till att bota olika sjukdomar, genom att sprida olika kampanjer med information. Ett exempel som barnen tog upp var *Ung Cancer*. Barnen menar alltså att människor kan bli mer engagerade genom detta och kanske skänka pengar till organisationen.

Som tidigare diskuterats i kapitel ”*Sociala medier och verkligheten*”, så finns det en medvetenhet hos barnen generellt om att det någon är genom sociala medier inte behöver stämma med verkligheten. Detta ses som något negativt och några av barnen menar att de kan resultera i att andra människor tror att man är sådan som man visar sig vara genom de sociala medier man är aktiv på. Den bild man får av en person genom de sociala medierna. Ett av barnen uttrycker:

”Fast alltså dom som inte har träffat den personen då, dom kanske får en annan uppfattning om hur den egentligen är.”

I kapitel ”*Medvetenhet och eftertänksamhet*” så är det flera av barnen, dock endast tjejer, som tar upp att det finns många konstiga människor på sociala medier som kan försöka ta kontakt, vilket också ses som dåligt. Att det finns exempelvis pedofiler som tar kontakt via internet, är någonting som också tas upp som en risk i diskussionen som ständigt pågår om sociala medier (Johansson et al. 2013). Vad som också ses som en negativ konsekvens av sociala medier är att det är mycket näthat och att det pågår mobbning på internet.

Det som barnen tar upp och som enligt mig kan kopplas till forskning om vad som ses som positivt med sociala medier är den deltagarkulturen som växt fram. Barnen menar att sociala medier kan bidra till att människor bli mer engagerade i samhällsproblem exempelvis genom kampanjer som sprids, och deltagarkulturen har just bidragit med att det är lättare för människan att uttrycka sig och visa samhällsengagemang. Barnen uttrycker till och med att man kan bota sjukdomar genom sociala medier, vilket visar att

de tror att deras bidrag har betydelse och att det är meningsfullt vilket också speglar deltagarkulturen. (Jenkins et al. 2009).

Något som också är intressant och som barnen tar upp som är negativt med sociala medier är att det tar lång tid att vara aktiv. Ett barn medger att den gärna hade velat vara aktiv på sociala medier en gång per dag men att det ofta tar för mycket tid. Flera av barnen uttrycker denna känsla:

”Om man sitter och kollar så kommer man liksom på mer man kan kolla på.”

”Det konstiga är att det går så snabbt när man gör det, tiden bara försvinner.”

”På facebook så brukar jag scrolla ner, och så ser jag jätte söta, och då vet jag att det kommer ännu fler, för en som jag känner brukar lägga upp gång på gång, och hon är ofta på facebook, och då liksom scrollar jag ner, och så får jag hela tiden säga till mig själv, a men scrolla inte ner för då måste jag gilla och så kommentera. Så tillslut får jag stänga ner facebook och göra nått annat.”

”Jag kan inte vara inne på Facebook för länge för då vill jag bara scrolla ner ännu mer.”

6,7 timmar i veckan ägnar 12-15 åringar i snitt åt sociala medier, och med tanke på hur barnen uttrycker sig kring den tid det tar att vara aktiv är detta ingen tid de vill utöka för användning. Istället tolkar jag det som att barnen tycker att det är påfrestande att sociala medier tar så lång tid att vara aktiv på. Den tid som ägnas åt sociala medier ökar varje år i alla åldrar, och utslaget på alla internetanvändare uppgår ökningen till en halvtimme i veckan. (Findahl 2014). Genom tolkning av resultatet ovan är mer tid åt sociala medier ingenting barnen ser positivt på.

6.11 Kommunikationsproblem och sociala medier

Flera av barnen håller med om att det är lätt med missförstånd är vanligt via sociala medier. *”Många är inte bra att skriva såhär så att mottagaren förstår vilken känsla den har”*. Ett av barnen säger att det kan vara svårt att förstå varandra när man skriver på

sociala medier för att alla förkortar orden så mycket och formulerar sig konstigt. Därför hade det varit bättre att prata direkt istället för att dra ut på konversationen.

Vad som också är negativt anser några av barnen är att man inte vet vilket humör den man kommunicerar med har, exempelvis eftersom man inte hör tonläget på hur den man pratar med uttrycker sig. Man vet inte om den är arg eller glad, eller om någon skrattar åt en eller med en och det kan lätt bli missförstånd.

Barnens uppfattning att det lättare blir missförstånd när de kommunicerar genom sociala medier bekräftar den forskning som menar att elektroniska kanaler, så som exempelvis sociala medier är begränsad då dessa kanaler inte har möjlighet att kommunicera lika rik information som vid kommunikation ansikte mot ansikte (Jacobsen och Thorsvik 2014). På grund av att elektroniska kanaler begränsar möjligheten till att förmedla känslor, kan detta försvåra tolkningsprocessen av kommunikationen (Jacobsen och Thorsvik 2014). Via diskussionen med barnen är detta faktum vanligt, och barnen tar upp att det är den ickeverbala kommunikationens frånvaro, som försvårar processen vilket och stämmer överens med forskningen inom området (Fiske 2003).

6.12 Ett liv utan sociala medier?

På en fråga om hur det skulle kännas om sociala medier inte fanns svarade ett av barnen att hen skulle tycka det vara jättebra för att man då istället kan ta mer tid till att ringa till folk och träffas på riktigt. Ett annat barn uttrycker även att hen tror att världen hade varit så mycket bättre om inte sociala medier fanns. Hen uttrycker även:

”Det är väldigt mycket näthat och de känns som att livet kretsar runt internet och sociala medier nu för tiden. Förr i tiden så fanns ju inte såhär sociala medier och dom lekte liksom och dom var mer sociala känns det som.”

Ett av barnen säger istället att det är bra att sociala medier finns för att man kan kontakta varandra hela tiden, men om det inte hade funnits så hade de däremot inte känts som att världen går under. Ett annat barn säger att det hade känts konstigt om sociala medier inte fanns, och flera uttrycker att det hade varit tråkigt och jobbigt. Att sociala medier är en bra sak tycker däremot majoriteten av barnen, men ingen menar att det hade gjort så mycket om det försvinner, bara att det hade varit tråkigt. Det som jag

noterat att barnen är mest värna om är att de vill kunna chatta och hålla kontakten gratis, att lägga upp bilder och statusar är inte lika viktigt. Tre av barnen uttryckte följande under denna diskussion:

”Alltså om det inte fanns så skulle jag tycka det var lite tråkigt, för alltså, jag går inte och ringer till Kajsa och Hanna för att veta vad dom gör, utan då kan man gå in på Instagram eller Kik”

”Fast om sociala medier inte hade funnits från början, då hade man inte vetat om de och då hade man bytt telefonnummer och sånt, men om dom bara hade tagit bort det nu typ då hade det varit något annat.”

”Jag hade nog klarat mig.”

7 Slutdiskussion

Vanligast bland barnen är att vara användare av flera olika sociala medier, och de plattformarna barnen är mest aktiva på är Kik, Snapchat och Instagram. Vanligaste aktiviteten för barnen vid användning av sociala medier är att chatta med andra användare eller titta på uppdateringar, som andra användare publicerat. Tydligt är att den främsta anledningen för användning är att *"se vad som händer"*. Det är olika hur mycket tid barnen lägger på sociala medier. Majoriteten av barnen använder således sociala medier varje dag. Det som främst avgör användningens tid och frekvens är om det finns luckor i vardagen, samt om barnen har tråkigt. Samtidigt uttrycker barnen en frustration över att det tar så mycket tid att vara aktiv, men vissa av barnen menar att det gärna hade velat vara mer aktiva på sociala medier om det inte varit så tidskrävande.

Utifrån resultatet anser jag att barnen har en etablerad relation till sociala medier. De är väl insatta, aktiva användare. Jag anser också att barnen visar en mognad i deras relation till sociala medier i förhållande till deras unga åldrar. Detta i relation till hur barnen reflekterar kring sociala medier och deras och andras användning av dessa. Jag anser också att resultatet visar att denna relation med tiden kommer utvecklas till allt mer aktiv och tidskrävande. Detta för att tiden som spenderas på användning av sociala medier årligen ökar, men också för att barnen har utvecklat tendenser som liknar beroende av sociala medier. Studien visar också att barnen känner en tillfredsställelse av sociala medier och så länge denna tillfredsställelse uppnås kommer barnens användning av sociala medier troligen att fortsätta, trots att flera av barnen uttrycker att de hade klarat av ett liv utan.

Jag anser att barnen har många och utvecklande reflektioner kring ämnet och de reflektioner barnen har är de flesta av barnen tillsammans överens om. Trots att det finns en medvetenhet kring sociala medier och dess inflytande visar min undersökning att många av barnen ändå faller för de normer som finns för användningen. Det är till exempel inte socialt acceptabelt att lägga upp vad som helst på de sociala plattformarna och de normer som finns för publicering följs av barnen, då de inte vill bli dömda av omgivningen. För det är trots allt viktigt att få *"likes"*, det är det som barnen strävar efter och det är enligt barnens uppfattningar också det som är den främsta anledningen till att människor använder sociala medier. Det vill säga för att få uppmärksamhet och

bekräftelse från omgivningen. Rädslan för att bli negativt dömd hänger också samman med barnens behov, under utvecklingen av identiteten, att relatera sig till omgivningen. Eftersom barnens uppfattningen om dem själva till viss del formas av hur omgivningen ser på dem, vill barnen smälta in i de normer som finns för att inte uppfattas som onormala.

Att det finns ett undermedvetet antagande om att vi ska visa upp en lyckad bild av oss själva gentemot omgivningen framkommer under studien, att det främst är en positiv bild som visas utåt via sociala medier. Sociala medier är förmodligen den främsta arenan till att kunna rekonstruera verkligheten och bilden av oss själva. Detta medför att en förvrängd bild skapas av den verklighet vi lever i. Barnen visar en medvetenhet kring detta och denna uppfattning pekar på att barnen ser det de tar del av via sociala medier som en rekonstruktion av verkligheten och inte som en spegelbild av den. På grund av denna skeva bild som ständigt publiceras har barnen valen att antingen betrakta världen som visas genom sociala medier som falsk och oäkta, eller att istället ständigt föra en bedömning om vad som kan vara äkta och vad som troligen inte är det. Däremot är det på grund av denna förvrängda bild svårt att ta reda på vad den sanna spegelbild av verkligheten är. Vad gör detta med barnen idag och imorgon då de inte säkert kan veta hur den värld de lever i faktiskt ser ut?

Barn socialiseras in i en värld med sociala medier och där samhällets normer styr användningen, både vad som publiceras via sociala medier men också om eller att vi väljer att vara användare. Trots barnens medvetenhet och uppfattningar om sociala medier, så väljer de att fortsätta rekonstruera verkligheten, när de själva väljer att följa normen för hur de agerar och vad som är det rätta att publicera. Det perfekta barnet med det perfekta livet.

Referenser

- Bryman, A. 2011. *Samhällsvetenskapliga metoder (upplaga 2)*. Liber AB: Stockholm
- Carlsson, U. 2012. *Barn och ungas medieanvändning i nätverkssamhället*. Nordicom: Bohus
- Carlsson, U. 2010. *Children and youth in the digital media culture*. Nordicom: Göteborg
- Dunkles, E. 2007. *Bridging the Distance – Children's Strategies on the Internet*. Print & Media, Umeå universitet: Umeå
- Falkheimer, J och Heide, M. 2011. *Strategisk kommunikation – Forskning och praktik*. Studentlitteratur AB: Lund
- Findahl, O. 2014. *Svenskarna och internet 2014 - Version 1.0* .SE: Stockholm
- Fiske, J. 2003. *Kommunikationsteorier en introduktion*. Wahlström & Widstrand: Uppsala
- Fjällhed, A. och Jensen, M. 2013. *Barns Livsvillkor – I mötet med skola och fritidshem*. Studentlitteratur AB: Lund
- Giles, D. 2003. *Media Psychology*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: London
- Heide, M. et al. 2012. *Kommunikation i organisationer (andra upplagan)*. Liber AB: Malmö
- Jacobsen, D.I och Thorsvik, J. 2014. *Hur moderna organisationer fungerar*. Studentlitteratur AB: Lund
- Jenkins, H. et al. 2009. *Confronting the challenges of participatory culture – Media education for the 21st century*. Massachusetts Institute of Technology: London

Johansson, T. et al. 2013. *Nya uppväxtvillkor – Samhälle och individ i förändring*. Liber AB: Stockholm

Johansson, T och Lalander, P. 2010. *Vardagslivet social psykologi*. Liber AB: Malmö

Livingstone, S och Bovill, M. 2003. *Children and Their Changing Media Environment - A European comperative study*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers: London

Strömbäck, J. 2009. *Makt, medier och samhälle – En introduktion till politisk kommunikation*. SNS Förlag: Kristianstad

Tubbs, S. 2010. *Human Communication – Principles and Contexts (Twelfth edition)*. The McGraw-Hill Companies, Inc: New York

Windahl, S. et al. 2009. *Using communication theory – An introduction to planned communication (second Edition)*. SAGE Publications Ltd: London

Bilagor

Bilaga A Intervjuguide

Vad har barn för relation till sociala medier?

- Känner ni till vad sociala medier är? Är det någon som vill förklara?
- Vad finns det för sociala medier som ni använder?
- Hur många av er har något konto på någon av dessa sociala medier?
- Hur många använder fler sociala medier (att man har konton på flera olika plattformar)?
- Hur många gånger per dag är ni online på sociala medier? Tid per dag?
- När ni använder sociala medier, tex facebook, vad gör ni med den tid ni lägger på att vara online?
- Varför använder ni sociala medier? (Vad är anledningen till användandet?)
- Känns det som att sociala medier är en naturlig del i vardagen?

Vad har barn för uppfattning om sociala medier?

- Varför tror ni att så många använder sociala medier?
- Tycker ni att sociala medier är bra eller dåligt? (vad är bra och vad är dåligt med sociala medier?)
- Tänker ni att alla är sig själva genom sina profiler på sociala medier?
- Hur tror ni att sociala medier kan påverka oss människor? Positiva eller negativa effekter av användningen?
- Vad tänker ni när alla går runt med sina mobiler och kollar på facebook eller tar bilder?
- Vad tycker ni om att vuxna använder sociala medier?
- Tycker ni att det på något sätt är jobbigt att sociala medier finns eller känns det bara bra?
- Hur hade det känts om sociala medier inte fanns?