

**BBABAC-5 22V – Bacheloroppgave med forskningsmetode**

**Bak fasaden – ensomhet på sosiale medier**



**Universitetet  
i Stavanger**

**Det samfunnsvitenskapelige fakultet**

**Bachelor i barnevern**

**UIS mai 2022**

**Kandidatnummer: 5132**

**Antall ord: 12657**

# Innholdsfortegnelse

<b>1.0</b>	<b>Innledning</b> .....	4
1.1	Bakgrunn for valg av tema.....	4
1.2	Presentasjon av problemstilling .....	5
1.3	Avgrensninger.....	5
1.4	Begrepsavklaringer .....	6
1.4.1	<i>Sosiale medier</i> .....	6
1.4.1.1	<i>Instagram</i> .....	6
1.4.1.2	<i>Snapchat</i> .....	6
1.4.2	<i>Ensomhet</i> .....	7
1.4.3	<i>Identitet</i> .....	7
1.4.4	<i>Sosial kontroll</i> .....	7
1.4.5	<i>Tilhørighet</i> .....	8
1.5	Formål med oppgaven .....	8
<b>2.0</b>	<b>Faglig kunnskap</b> .....	9
2.1	Sosial identitetsteori.....	9
2.1.1	<i>Sosial kategorisering</i> .....	10
2.1.2	<i>Sosial identifikasjon</i> .....	10
2.1.3	<i>Sosial sammenligning</i> .....	11
2.2	Dramaturgisk modell for sosialt liv .....	11
2.2.1	<i>Status og roller</i> .....	12
2.2.2	<i>Front, backstage og frontscenen</i> .....	12
<b>3.0</b>	<b>Metode</b> .....	14
3.1	Valg av metode .....	14
3.2	Litteraturstudie som metode .....	15
3.3	Datainnsamling .....	16
3.3.1	<i>Inklusjons- og eksklusjonskriterier</i> .....	16
3.4	Analyse ved hjelp av en oversiktsmodell.....	18

3.5	Presentasjon av forskningsartiklene.....	19
3.6	Studiens troverdighet.....	21
<b>4.0</b>	<b>Funn og drøfting</b> .....	<b>23</b>
4.1	Identitet og sosial identitet.....	23
4.2	Personlighet og brukeregenskaper.....	26
4.3	Tilhørighet og aksept.....	29
4.4	Sosial sammenligning.....	30
4.5	Sosial kontroll og selvpresentasjon.....	32
<b>5.0</b>	<b>Avslutning</b> .....	<b>35</b>
<b>6.0</b>	<b>Litteraturliste</b> .....	<b>36</b>

## 1.0 Innledning

Sosiale medier er kommet for å bli. I vårt moderne samfunn har sosiale medier blitt en naturlig måte for mennesker å kommunisere og uttrykke seg på, som tar stor plass i hverdagen til mange (Primack et al., 2017). De sosiale mediene består av ulike plattformer som nettsider og apper, som er ment for å skape innhold og informasjon til brukerne sine. Det kan mottas på forskjellige måter som blant annet videoer, bilder, reklame og tekst. I tillegg gir sosiale medier en mulighet til å kunne delta i forskjellige sosiale nettverk (Castellacci & Tveito, 2018, s. 308).

Sosiale medier er spesielt utbredt blant den yngre generasjonen, og ungdommen i dag bruker mange timer på ulike medium hver eneste dag. Det har blitt en betydelig økning på bruk av sosiale medier siden 2015, hvor over halvparten av 15-16 åringer bruker over tre timer daglig foran en skjerm (Madsen, 2018, s. 102). Det dukker stadig opp nye medium og apper, som gjør det utfordrende og sette seg inn i hver enkelt plattform. Med det sagt er det visse medium som skiller seg mer ut, og blir mer brukt blant ungdommen som Instagram og Snapchat (Madsen, 2018, s. 213). I denne oppgaven skal jeg ta utgangspunkt i ungdommer som bruker Instagram og Snapchat, og deres opplevelse rundt ensomhet.

### 1.1 Bakgrunn for valg av tema

Jeg har alltid hatt en interesse for dette temaet, og en nysgjerrighet på hvor mye de sosiale mediene kan påvirke de unge. Personlig bruker jeg sosiale medier selv, og er aktiv på ulike plattformer som Instagram og Snapchat. Med tanke på personlig erfaring har jeg en forståelse for at sosiale medier kan påvirke den psykiske helsa. Sosiale medier tar opp store deler av min hverdag, og jeg kan bli påvirket av det jeg ser på de ulike plattformene. Dersom jeg for eksempel ser et innlegg på Instagram eller en historie på Snapchat fra fester eller andre sosiale sammenkomster, kan jeg føle på ensomheten hvis jeg ikke var der selv. Spesielt i situasjoner hvor jeg gjerne tilbringer en dag alene og slapper av i sofaen, og jeg ser på enten Instagram eller Snapchat at flere er ute og sosialiserer seg sammen med andre.

Da jeg var i praksis på en ungdomsskole så jeg hvor mye tid ungdommen brukte på sosiale medier i friminuttene og matpausen, og sosialiserte seg lite med medelevene. Noen av elevene viste meg skjermtiden sin, og den kunne bestå av mange timer på bare en dag. Som vil si at

flertall av elevene tilbrakte hverdagen etter skolen bak en skjerm helt alene. Dermed kom nysgjerrigheten min frem for tematikken rundt sosiale medier, og hvordan bruken av sosiale medier kan påvirke opplevelsen av ensomhet blant ungdommen.

Med tanke på at sosiale medier er en såpass stor del av hverdagen til de unge, er det viktig at barnevernspedagoger har kjennskap til det. Det kan det gi en større mulighet for barnevernspedagogen å sette seg inn i den unges situasjon, og digitale hverdag. I tillegg bør barnevernspedagogen ha en forståelse for hvordan de unge bruker de ulike mediene. På denne måten kan barnevernspedagogen ha et utgangspunkt på hva som foregår bak skjermen til de unge. Ungdom som bruker mye tid på blant annet Instagram og Snapchat oppgir at dem stadig opplever mer misnøye med seg selv, og eget liv (Madsen, 2018, s. 213). På bakgrunn av økningen av sosiale medier og psykiske plager blant ungdom, er det viktig at barnevernspedagogen er klar over ulike risikofaktorer som kan være knyttet til bruk av sosiale medier. Samtidig ha en forståelse for hva plattformene har av påvirkning på de unges liv.

## 1.2 Presentasjon av problemstilling

Ni av ti norske ungdommer bruker sosiale medier (Steinnes & Teigen, 2021, s. 4). Undersøkelser og forskning har vist en betydelig økning av ensomhet blant de unge (Madsen, 2018, s. 102). Selv om jeg er nysgjerrig på ungdom og sosiale medier i seg selv, vil denne oppgaven rette søkelyset på ungdom sine opplevelser med ensomhet ved bruk av sosiale medier. På bakgrunn av dette har jeg valgt følgende problemstilling: *Hvordan kan sosiale medier påvirke opplevelsen av ensomhet blant ungdommer fra 15-20 år?*

## 1.3 Avgrensninger

I denne oppgaven har jeg valgt å rette søkelyset på hvordan sosiale medier kan påvirke ungdom sin opplevelse av ensomhet. Oppgaven vil gå utfra ungdom i aldersgruppen fra 15-20 år. Dette begrunnes i at de fleste unge i den alderen anvender sosiale medier, og i prosentvis er det ungdom i den alderen som bruker det mest (Helleve & Klepp, 2017, s. 399). Mange barnevernspedagoger arbeider med ungdommer i den aldersgruppen, som gjør det enda mer aktuelt for meg å avgrense til den alderen i oppgaven. For å avgrense de sosiale plattformene

har jeg valgt å gå utfra de mest populære plattformene blant ungdom i dag, som Snapchat og Instagram.

#### 1.4 Begrepsavklaringer

For at leser skal få en større forståelse for oppgaven, skal jeg definere noen begrep som er relevante, og som vil bli mye nevnt.

##### *1.4.1 Sosiale medier*

Sosiale medier består av ulike digitale plattformer. Man har mulighet til å lage egne brukerprofiler, og være delaktige i et sosialt nettverk (Steinnes & Teigen, 2021, s. 6). Det er blant annet nettsider og apper som er ment for å skape, og dele innhold. Bruk av sosiale medier er meget relatert til unge voksne i det moderne samfunnet, og over 90% av ungdommen fra 15-24 år er regelmessig på sosiale medieplattformer (Helleve & Klepp, 2017, s. 400). De mest populære og brukte plattformene er Facebook, Instagram og Snapchat. Disse mediene blir brukt opp til flere ganger daglig blant den yngre generasjonen (Helleve & Klepp, 2017, s. 400). Ifølge medietilsynets rapport deler en av tre ungdommer innhold på Snapchat og Instagram hver eneste dag (Velsand, 2020, s. 2). Instagram og Snapchat er sosiale plattformer som blir hyppig brukt både av ungdommen i Norge og internasjonalt, og vil derfor bli nevnt i oppgaven.

##### *1.4.1.1 Instagram*

Instagram er en sosial plattform hvor man har mulighet til å dele bilder, videoer, og skape innhold til følgere og brukerne på appen (Abrahamsen, Dvergsdal & Askheim, 2020). Det er også mulig å gi likes samt kommentere på andres innlegg. Appen ble lansert i 2010, og brukes av 2,5 millioner mennesker i Norge (per 2020) (Abrahamsen, et al., 2020). I Norge blir Instagram ofte brukt blant ungdommen, og 92% mellom 17 – 18 år har en brukerprofil på Instagram (Velsand, 2020, s. 12).

##### *1.4.1.2 Snapchat*

På Snapchat kan man dele videoer og bilder, og appen brukes som en meldingstjeneste som inneholder kontakter (Abrahamsen, 2021). Bildene og videoene man sender til hverandre inne på Snapchat forsvinner etter en kort periode (Abrahamsen, 2021). Over 90% av ungdommen fra 13-18 år bruker Snapchat i Norge ifølge medietilsynets rapport (Velsand, 2020, s. 12).

#### *1.4.2 Ensomhet*

Ensomhet går ikke under som en sykdom, men kan defineres som en følelse av ufrivillig sosial isolasjon og en mangel på menneskelig nærhet og kontakt (Halvorsen, 2008, s. 258). Begrepet handler om at man føler seg alene og har et savn etter andre mennesker. En slik følelse og tankegang kan være spesielt utfordrende når det er ulike begivenheter og festligheter, som forbindes med felleskap og sosialisering (Helsedirektoratet, 2018). Det er viktig å kunne skille mellom det å ønske å være alene eller å bo alene da dette ikke kvalifiseres som det å være ensom. Noen mennesker trives i eget selskap og tilfredsstilles aller best med en slik tilværelse (Halvorsen, 2008, s. 258). Ensomhet er en negativ følelse. Den kan forbindes med en mistrivsel i tilværelsen og nåværende situasjon, og man kan derfor få en ønsketenking på hvordan en egentlig vil ha det i ulike sosiale settinger. Man kan få en følelse av mangel på sosiale relasjoner, og kan med det skape en avstand mellom seg selv og andre (Halvorsen, 2008, s. 258). Ensomhet kan også forekomme når det oppstår en konkret situasjon. En situasjonsbestemt ensomhet kan oppstå når det er ulike sosiale sammenkomster eller vennetreff, og man blir sittende igjen alene. For eksempel hvis man tilbringer julaften eller nyttårsaften helt alene, kan dette utvikles til en negativ følelse som ensomhet. Ofte forbindes slike begivenheter av en samling rundt familie og venner (Halvorsen, 2008, s. 259).

#### *1.4.3 Identitet*

Identitet handler om utviklingen av egen personlighet, altså den man er som person (Standal et al., 2005, s. 40). Vi knytter oss til mennesker i ulike livsfaser gjennom livet. Eksempelvis vil dette gjelde foreldrene i småbarnsalderen og venner i ungdomsårene. De ulike fasene og menneskene man møter og tilbringer tid sammen med opp gjennom årene, er med på og bidrar med å forme deler av personligheten vår på hver sin måte (Standal et al., 2005, s. 40). Begrepet handler blant annet om å finne ut hvem man er som person, hva man vil i livet, og hvordan en kan passe inn i samfunnet (Evenshaug & Hallen, 2007, s. 285).

#### *1.4.4 Sosial kontroll*

Begrepet sosial kontroll handler om ulike forventinger andre har til den enkelte. Et individ kan påvirke en person til å oppføre seg på en spesifikk måte for å opprettholde bestemte verdier, og normer. Dette er en direkte form for sosial innflytelse, hvor enten familie eller venner kan kritisere vedkommende med å for eksempel si at den enkelte drikker for mye, eller trener for lite (Barstad & Sandvik, 2015, s. 19).

#### *1.4.5 Tilhørighet*

Tilhørighet kan oppnås dersom man har et bånd og forhold til andre mennesker. Med det menes at man har mennesker å utføre ulike aktiviteter sammen med og tilbringer tid med (Barstad & Sandvik, 2015, s. 20). Det innebærer at vedkommende føler seg inkludert og akseptert fra en ønsket gruppe personen vil tilhøre, og være sammen med. Tilhørighet kan anses som et grunnleggende følelsesmessig behov for å få en aksept fra en gruppe, og et fellesskap (Barstad & Sandvik, 2015, s. 20).

#### 1.5 Formål med oppgaven

Formålet med oppgaven er å fremlegge hvordan sosiale medier kan påvirke opplevelsen av ensomhet blant ungdommer. Sosiale medier er en stor del av ungdommen sin hverdag. Det er viktig at barnevernspedagoger innenfor det sosialfaglige feltet har nok kunnskap til å kunne sette seg inn i den digitale hverdagen til de unge. Både på godt og vondt, og se hvordan de unge opplever bruken av sosiale medier. I tillegg ha en forståelse for innflytelsen de ulike sosiale mediene kan ha for de unges hverdag, og vanskeligstilte følelser som ensomhet.



## 2.0 Faglig kunnskap

Teoriene jeg har valgt å anvende i oppgaven er identitetsteorien til Henri Tajfel og John Turner (1979), og Erving Goffman (1959) sin dramaturgiske modell for sosialt liv.

Identitetsteorien til Tajfel og Turner (1979) har jeg valgt å anvende i oppgaven for den setter søkelys på tilhørighet, og et individs behov for aksept og inkludering fra ulike grupperinger.

Den tar for seg viktigheten av en sosial identitet for å få tilpass med andre mennesker.

Goffman (1959) sin teori er relevant til oppgaven fordi den belyser ulike roller, og hvordan et individ utspiller seg i sosiale settinger sammen med andre mennesker.

### 2.1 Sosial identitetsteori

Den sosiale identitetsteorien ble utformet av sosialpsykologene Henri Tajfel og John Turner på slutten av 1970 tallet (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). Ifølge Tajfel og Turner (1979) gir ulike grupperinger som for eksempel et fotballag eller venner en følelse hos oss av tilhørighet til den sosiale verden. Det er en viktig kilde til både stolthet og selvfølelsen (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Sosial identitet er en form for selvpresentasjon, og legger vekt på hvordan et individ oppnår tilhørighet i en gruppe gjennom inkludering og aksept (Helleve & Klepp, 2017, s. 403). En slik identitet kan bli formet av sosiale sammenligninger, krav og forventinger fra andre (Helleve & Klepp, 2017, s. 403). Vi inngår i ulike grupperinger i løpet av livet, og er en del av et fellesskap som gir oss en sosial identitet. Sosial identitetsteori er viktig fordi den forklarer hvor betydningsfull den sosiale identitet er for hvert enkelt individ, og at den sosiale identiteten blir viktigere enn den individuelle identiteten. Den spesifiserer også hvordan atferden til ulike sosiale grupper kan bli påvirket av den sosiale identiteten (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019).

En normal kognitiv prosess er å sette mennesker inn i grupper og kategorier. Dette kan gi en tendens til at mennesker velger å gruppere ting sammen etter behov og ønsker. Det handler om at man vurderer andre som enten «oss» eller «dem», også kalt som «in-group» og «out-group» (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Gruppemedlemmer i en in-group vil sette søkelys på å finne negative forhold ved en out-group, som vil være med på å forsterke deres selvfølelse. En slik tankegang kan gi fordomsfulle holdninger da det kan gi utslag på en «oss» versus «dem» mentalitet som kan skape en avstand mellom gruppene

(Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Med det menes at in-gruppene ofte består av individer med samme interesser og likheter, som gjør at gruppedynamikken skal forsterke seg selv og sette sine egne gruppemedlemmer i et positivt lys. Ut-gruppene derimot blir sett på som ulik og forskjellig fra individer i in-gruppene, som kan gi fordomsholdninger mot medlemmene i ut-gruppene (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). For å lage klassifiseringer og vurdere andre som enten «oss» eller «dem» er det spesifisert tre ulike mentale prosesser et individ går gjennom (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). De tre prosessene er kategorisert nedenunder i en bestemt rekkefølge, og er de ulike stadiene til den sosiale identitetsteorien.

### *2.1.1 Sosial kategorisering*

Det første stadiet i prosessen er sosial kategorisering. Det vil si at man kategoriserer mennesker, inkludert oss selv for å kunne forstå det sosiale miljøet (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Denne prosessen gjør at vi kan definere mennesker, samt oss selv i bakgrunn av hvilke grupper vi tilhører (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). Mennesker blir derfor ofte basert etter deres sosiale kategorier i stedet for deres individuelle egenskaper. En sosial kategorisering kan for eksempel være en bussjåfør, eller en student og på denne måten får man allerede en tanke og et bilde på hvem disse menneskene er utfra de ulike gruppene (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Det er mulig å tilhøre ulike sosiale kategorier, men betydningen av kategoriene kommer an på situasjonen og de sosiale forholdene man befinner seg i (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). Dette kan for eksempel gjelde en person som definerer seg som en dyrevenn, men identiteten vil først komme opp dersom den er relevant for den aktuelle sosiale situasjonen. Sosial kategorisering resulterer som oftest til at mennesker som har likheter tilhører den samme gruppa, mens mennesker som har forskjeller kommer i separate grupper (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019).

### *2.1.2 Sosial identifikasjon*

Sosial identifikasjon er en prosess hvor vi tar til oss en tilhørighet i en gruppe, og identifiserer oss som et gruppemedlem (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). Sosial identifikasjon kan gjøre at vedkommende i en gruppe oppfører seg på en måte som samsvarer med gruppens normer, og handler på samme måte som dem i gruppa (Tajfel og Turner, 1979,

referert i McLeod, 2019). Dette kan for eksempel gjelde en person som kategoriserer seg selv som en student. Da tar vedkommende til seg studentenes identitet, og begynner å oppføre seg på samme måte som vedkommende tror de andre studentene handler på. En identifikasjon sammen med en gruppe kan få en følelsesmessig betydning, og gruppemedlemskapet kan bli knyttet opp mot selvtilliten (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Selvtilliten kan bli påvirket av statusen til gruppa vedkommende er i. Med det menes at dersom gruppa har en høy status, i for eksempel en skolesammenheng kan det påvirke selvtilliten til medlemmene. Det kan bidra til at individene i gruppa vil føle seg mer populær på skolen på grunn av den høye statusen til gruppemedlemskapet, som kan resultere til en bedre eller høyere selvtillit.

### 2.1.3 Sosial sammenligning

Sosial sammenligning er den siste prosessen hvor mennesker sammenligner gruppen sin med andre grupper, i form av sosial status og prestisje (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019). Gruppemedlemmer sammenligner seg med andre for å bevare sin egen selvtillit. På denne måten er det lettere å forstå fordommene til andre mennesker. Gruppene har et behov for å konkurrere mot hverandre som rivaler for at medlemmene skal beholde en positiv selvtillit (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Sosial sammenligning heller mot at gruppen ser på seg selv i et positivt lys, i bakgrunn av å opprettholde et positivt selvbilde og selvtillit. Dersom medlemmene ikke kan opprettholde en god selvtillit er det fort mulig at vedkommende søker andre grupper for å oppnå dette (Tajfel og Turner, 1979, referert i Hauge, 2007).

## 2.2 Dramaturgisk modell for sosialt liv

I 1959 publiserte sosiologen Erving Goffman boken om "*The presentation of Self in Everyday Life*". I boken blir det brukt bilder sammenlignet med et teaterstykke, for å beskrive den sosiale interaksjonen mellom mennesker (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). Goffman (1959) la derfor frem sin dramaturgiske modell for å forklare å se hvordan den sosiale interaksjonen og samhandlingen mellom mennesker foregår, i bruk av begrep fra teaterverden. Ifølge Goffman (1959) har mennesker allerede planlagt hvordan en skal oppføre seg, samt et ønske om å kunne kontrollere andres oppfattelser av oss selv. I tillegg vil individer til en viss grad spille et skuespill (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019).

Modellen tar utgangspunkt i at mennesker spiller hver sin rolle på en scene i et teaterstykke, hvor publikumet er observatører som reagerer på forestillingene. Mennesker som er sammen i sosiale settinger prøver å presentere seg selv på en spesifikk måte, for å unngå å være til bry for andre og seg selv (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). Først og fremst er det vesentlig at alle parter som er en del av samhandlingen har samme tanke om situasjonen. Med det menes at alle vet hva som kan forventes av hverandre, og vet derfor hvordan man selv skal oppføre seg (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). For å få en forståelse for teorien til Goffman (1959) er det vesentlig å presentere ulike begrep. Det blir dermed lettere å forstå helheten til tankegangen bak teorien.

### 2.2.1 *Status og roller*

En person kan ha flere ulike statuser og roller. Hvordan man utspiller en status blir utført av en rolle. En status kan gjøre en person gjenkjennelig, og det er ulike plikter og rettigheter knyttet til å ha en status (Ulriksen, 2019). Det kan for eksempel være en lærer, far eller søster. Med tanke på at mennesker er bygd opp av ulike statuser betyr dette at man kan ha flere samtidig. Som for eksempel at en har status som en lege, men utspiller sin status som mor eller far i barnet sitt bursdagsselskap (Ulriksen, 2019). En status gir klare føringer på hvordan en skal oppføre seg, og dette av en rolle. Dersom statusen din eksempelvis er barnevernspedagog er rollen hvordan man utfører jobben sin, som blant annet kommunikasjon og væremåte (Ulriksen, 2019). Ved bruk av planlegging mente Goffman (1959) det er mulig å utspille statusen vår til egen fordel. Det blir brukt begrepet «inntrykkskontroll» (impression management) for å forklare hvordan mennesker ønsker å kontrollere og styre hvilke inntrykk andre mennesker får av oss (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019). I teorien til Goffman (1959) blir det brukt ulike teaterbegrep for å forklare hvordan mennesker planlegger sosiale interaksjoner, i form av et teaterstykke og forestillinger.

### 2.2.2 *Front, backstage og frontscenen*

*Front* er en del av en forestilling for å definere den sosiale situasjonen for et publikum. Det blir vist med inntrykk eller bilder (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). Det blir sammenlignet som en sosial front med et manus, som på forhånd antyder hvordan en skuespiller skal samhandle og oppføre seg i situasjonen. Selv om det blir etablert en ny front

eller et nytt manus ble det sjeldent helt nytt (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). I nye situasjoner kan individer allerede ha forhåndskrevne skript for å forholde seg til den nye situasjonen. Dette er nødvendigvis ikke en ønsket situasjon, eller hensiktsmessig i alle tilfeller (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019).

I *back stage* forholder man seg som oftest alene, og ikke sammen med andre mennesker. Det er nå individet planlegger hvordan en skal spille og oppføre seg ovenfor andre (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019). En slik planlegging kan for eksempel være at man øver på en muntlig presentasjon foran et speil. Formålet med *back stage* er å øve inn måter for å fremstå på en spesiell måte, og legge strategier for å kontrollere inntrykkene andre får (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019). Dette kan sammenlignes med en skuespiller som ønsker å påvirke sitt eget publikum (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019).

*Frontscenen* foregår i en sosial setting hvor individet er klar over at hen blir sett på, og tar handlingene sine derifra (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). Disse situasjonene blir nå utspilt fra det vi allerede har planlagt i *back stage*. Det er i *frontscenen* mennesker møtes og samhandles, og utfører sine planlagte handlinger eller situasjoner. For eksempel en innøvd tale eller skolepresentasjon blir nå utført foran andre mennesker (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019). Med det menes at statusen vår blir utført i *frontscenen*. *Frontscene* kan også sammenlignes med måten vi fremstår på sosiale medier, eller et bilde man legger ut på Instagram. Bildene som blir publisert er ofte redigert, konstruert, og iscenesatt for å presentere den beste siden av oss selv og vår egen livsstil. *Back stage* derimot er alt som foregår bak et kamera og det som blir gjort før en bildepubliserings. Som for eksempel prosessen som blir utført før bildet blir tatt i form av å finne rett vinkel, lys, og location for best resultat.

## 3.0 Metode

### 3.1 Valg av metode

Metode er et redskap man bruker for å finne ut av noe man vil undersøke (Dalland, 2021, s. 54). En metode forteller hvordan en bør gå frem for å finne og etterprøve kunnskap (Sander, 2021). Valget av en bestemt metode er for å belyse og svare på problemstillingen på en best mulig måte (Dalland, 2021, s. 53). De ulike metodene blir anvendt for å finne ut av om påstander er gyldige eller sanne, og for å fremlegge ny kunnskap om oppgavens innhold og problemstilling. I tillegg skal metoden overholde intellektuell standard i vår argumentasjon ovenfor problemstillingen (Dalland, 2021, s. 53). Den metoden man velger skal hjelpe oss til å samle inn data, som vil si hvilken informasjon vi trenger til undersøkelsen vår (Dalland, 2021, s. 54).

En metode kan beskrives som å følge en vei mot et spesifikt mål (Sander, 2021). Forskeren skal kunne forklare og redegjør for de valgene som er tatt underveis mot målet, og kunne beskrive hvilken vei som er gjort for å komme dit (Dalland, 2021, s. 56). Det er også vesentlig at forsker klarer å gjøre rede for svakheter ved metoden som gjerne har hatt en innvirkning på resultatet. I noen tilfeller fanger ikke metoden opp det vi ønsker å undersøke, og forsker klarer gjerne ikke å gjennomføre en undersøkelse som er helt ideell (Dalland, 2021, s. 56). Et metodevalg kan også bli tatt ettersom hvilken problemstilling den enkelte har valgt å anvende i sin oppgave (Røkkum, 2016). Hvilken metode som velges har flere ulike momenter. Det kan blant annet omhandle hvor mye tid en har til oppgaveskriving, hvilken metode vedkommende kan gjennomføre best, samt hvilke ressurser en har tilgjengelig osv. (Røkkum, 2016). Det beste vil nok være å velge den metoden en ser belyser problemstillingen på en god måte, og som gir best mulig data på det selvvalgte temaet (Dalland, 2021, s. 193).

Det er flere metodevalg å velge mellom når en skal svare og belyse en problemstilling. Det er vanlig å skille mellom kvantitativ og kvalitativ metode, samt litteraturstudie. Den kvantitative metoden gir data i form av målbare enheter og statistikker. Tallene gir mulighet til å foreta regneoperasjoner, som for eksempel gjennomsnittsinntekten til befolkningen i landet (Dalland, 2021, s. 54). Ved bruk av den kvalitative metoden blir det anvendt opplevelser og meninger som ikke kan tallfestes eller måles, slik som ved den kvantitative metoden (Dalland, 2021, s. 54). Kvalitativ metode blir brukt i form av for eksempel intervju, eller en

spørreundersøkelse (Røkkum, 2016). Litteraturstudie omhandler bruk av forskning som allerede eksisterer, og denne metoden vil bli nevnt nedunder i del 3.2.

### 3.2 Litteraturstudie som metode

Jeg har valgt å bruke litteraturstudie som min forskningsmetode i denne oppgaven. Ved bruk av litteraturstudie som metode anvendes forskning som allerede eksisterer, for å finne relevant stoff til et tema som en interesserer seg ekstra mye for (Eriksen, 2016). I litteraturstudie forsker man utfra litteratur som allerede er undersøkt i virkeligheten og innhenter data fra eksisterende fagkunnskap, forskning, og teori (Eriksen, 2016). I denne metoden blir det brukt et grundig litteratursøk og det er ulike kriterier knyttet opp mot et slikt søk (Dalland, 2021, s. 199). Disse kriteriene skal utfylle visse krav som blant annet at forskningsartiklene skal være anerkjente og relevante til problemstillingen, samt ha blitt skrevet på engelsk eller et skandinavisk språk (Dalland, 2021, s. 199).

Jeg har valgt å bruke litteraturstudie i min oppgave for å få et dypere innblikk i hva forskningslitteraturen belyser av tematikk om ungdom og utfordringer knyttet til sosiale medier. I utgangspunktet kunne jeg anvendt både kvantitativ og kvalitativ metode i oppgaven. Ved bruk av kvalitativ tilnærming hadde oppgaven min fått en annen vinkling enn med den litterære metoden, og oppgaven kunne fått et annet resultat. Da kunne jeg spesifisert meg dypere på et område med bruk av for eksempel intervju eller et spørreskjema. Med tanke på aldersgruppen jeg har valgt å se på i oppgaven, var intervju utelukket grunnet Universitet i Stavanger sine retningslinjer for bacheloroppgave. I tillegg hadde det vært utfordrende å kontakte personer som kunne vært aktuelle å intervju. Ensomhetsbegrepet er hovedtemaet i oppgaven og kan være et sårt punkt for mange ungdommer og dermed vanskelig å snakke om.

Den kvantitative tilnærmingen hadde gitt oppgaven et annet utgangspunkt, og den hadde fått en annen vinkling. I kvantitativ forskningsmetode hadde jeg blant annet tatt i bruk statistikker om det jeg ønsket å vite mer om. Det hadde gitt oppgaven et resultat utfra tall og presenter i forhold til sosiale medier, ensomhet og ungdommer. I denne oppgaven er ikke hovedfokuset å se på statistikker og tall, men heller se på fenomenet som en helhet. Jeg tror ikke en kvantitativ tilnærming hadde gitt det samme resultatet sammenlignet med den litterære metoden. Forskning om ungdom og sosiale medier er et samfunnsaktuelt tema, og en litteraturstudie kan bidra til å belyse tematikken ved å se på forskningen som er gjort. Sosiale

medier er et tema som stadig er i utvikling og forskningen rundt tematikken er i en kontinuerlig prosess. I den grunn kan det være utfordrende å forske på, og artiklene i oppgaven har ikke nødvendigvis gitt det samme resultatet. Det er enda en grunn til hvorfor det er viktig å belyse et såpass relevant tema.

### 3.3 Datainnsamling

Søkene i databasen «oria» ble gjennomført fra 17. februar 2022 til 3. mars 2022. Det ble søkt etter fagfelleverderte artikler, og jeg brukte bevisste søkeord for å finne artikler som var relevante til oppgaven.

I starten av søkeprosessen ble det gjort forskjellige søk, og det ble benyttet ulike søkeord i databasen Oria som var innenfor det selvvalgte temaet mitt. Det tok ikke lang tid før jeg måtte avgrense søket enda mer for å få opp artikler som var innenfor mitt tema. Jeg tok et bevisst valg om å begrense og minimere søkeordene mine, slik at jeg fikk opp de mest aktuelle artiklene. Noen av søkeordene som ble aktuelle for meg å bruke var blant annet «ensomhet», «sosial medier», «Instagram», «Snapchat» og «identitet». I tillegg avgrenset jeg søket for å få opp fagfelleverderte tidsskrifter, og jeg begrenset søket til artikler som ikke var eldre enn fem år gamle. Dermed fikk jeg opp de mest aktuelle artiklene som var oppdatert på feltet og hadde nyere forskning. Jeg fant fort utav i søkeprosessen at det ikke var mange artikler på norsk innenfor mitt tema, og jeg måtte derfor bytte om søkeordene fra norsk til engelsk. Da ble det brukt søkeord som «social media», «loneliness», «Instagram» og «Snapchat». Jeg har brukt inklusjons- og eksklusjonskriterier for å få flest mulig relevante artikler opp i søkefeltet, og for å unngå mange resultater på søket mitt.

#### *3.3.1 Inklusjons- og eksklusjonskriterier*

Inklusjons- og eksklusjonskriterier er med på å avgrense søket for å minimere antall artikler. Eksempler på inklusjons- og eksklusjonskriterier er blant annet språk, årstall, publikasjonstype, utgivelsesår og lignende (Dalland, 2021, s. 148-149). Litteraturstudie skal helst anvende originalartikler som presenterer ny kunnskap om et emne, og bruke primærkilder (Dalland, 2021, s. 156). Disse kriteriene er med på å avgrense hva en skal se etter i en vitenskapelig publikasjon. Det bidrar til en systematisk og strategisk søking, slik at man får opp resultater som er aktuelle for sin egen oppgave (Dalland, 2021, s. 159). Studier



som ble inkludert i min oppgave hadde et primært hovedfokus på sosiale medier, ensomhet og ungdommer. Jeg ekskluderte artikler som omhandlet andre faktorer knyttet opp mot sosiale medier, som for eksempel selvtillit og kroppspress dersom disse ikke inkluderte ensomhetsbegrepet. Artikler som undersøkte den yngre generasjonen fra 15-20 år ble inkludert, mens studier knyttet opp mot andre aldersgrupper ble ekskludert. Da jeg søkte etter artikler valgte jeg å se på utvalg som hadde forsket utfra både kvalitativ og kvantitativ tilnærming. Grunnen for det var for å få opp aktuelle artikler som besto av forskjellige fremgangsmåter.

Underveis i søkeprosessen benyttet jeg meg av avansert søk i stedet for enkelt søk. Med bruk av avansert søk fikk jeg muligheten til å avgrense tidsrom og velge søkeordene som var aktuelle for meg. I starten søkte jeg opp artikler på norsk og filtrerte søkeordene til «sosiale medier», og «ensomhet» og begrenset tidsrommet innenfor fem år, og krysset av på fagfellovderte tidsskrifter. Da fikk jeg opp 14 treff og jeg leste fort gjennom alle. Etter å ha sett gjennom de ulike kom jeg frem til en aktuell artikkel som jeg har valgt å bruke i oppgaven.

Etterpå måtte jeg endre søkeprosessen til engelskspråklige artikler da det ikke var flere artikler på norsk som var relevante til oppgaven. Jeg filtrerte derfor søkeordene til «social media» og «loneliness». For å avgrense søket enda mer tok jeg og avgrenset tidsrommet til fem år, og filtrerte til fagfellovderte tidsskrifter på engelsk. Jeg valgte og se på såpass nye artikler for å få opp de med nyest forskning på feltet. Deretter fikk jeg opp 59 artikler og det er fortsatt ganske mange å lese gjennom. For å få best mulig oversikt så jeg litt kjapt gjennom resultatet og plukket ut åtte artikler som jeg tenkte var aktuelle utfra overskriften. Jeg klikket inn på artiklene og leste sammendraget. Til slutt fant jeg to artikler som var aktuelle for meg å bruke i oppgaven, og jeg satt igjen med tre vitenskapelige forskningsartikler. Nedenfor står de tre artiklene jeg fant utfra dette søket, og som jeg har valgt å anvende i oppgaven:

1. #Utenfilter – ensomhet og identitet på sosiale medier (Fjelnseth, M. & Sjølie, H, 2021).
2. Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being (Smith, D., Leonis, T, & Anandavalli, S, 2021).
3. Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review (O'Day, E, B, & Heimberg, R, G, 2021)

### 3.4 Analyse ved hjelp av en oversiktsmodell

Analyse er en viktig faglig ferdighet som skal bidra til å forstå helheten fra undersøkelsen og dataen bedre (Dalland, 2021, s. 23). En slik ferdighet krever at man systematisk deler opp for eksempel en artikkel i ulike deler, og går dypere ned i det man ser og finner (Storø, 2019, s. 120). En analyse skal bidra til at forskeren klarer å gjøre en selvstendig fortolkning av det innsamlede materialet (Storø, 2019, s. 121). Med det menes at analysen blir utformet av ulike redskaper som en eller flere teorier, begreper eller modeller (Storø, 2019, s. 121-122). En analyse skal skille ut det som ikke er aktuelt og ta med, for å kunne svare og belyse problemstillingen. Det er ikke en selvfølge at alt blir med videre til drøftingen. En analyse skal belyse forholdet mellom enkeltdeler og helheten i artiklene (Dalland, 2021, s. 249).

For å få en oversikt over forskningsartiklene satt opp mot hverandre har jeg bestemt meg for å lage en oversiktsmodell. Denne modellen har vært behjelpelig for meg å bruke under analysen av artiklene for å få en mer helhetlig forståelse for dem. Først og fremst analyserte jeg artiklene individuelt, og leste konklusjonen på hver enkelt av dem for å finne frem hovedpunktene i forskningen. Deretter analyserte jeg artiklene opp mot hverandre, og sammenlignet dem for å få en enda bedre forståelse rundt temaet og problemstillingen. Etter å ha lest artiklene grundig førte jeg dem inn i en oversiktsmodell. Da fikk jeg oversikt over metodene som er anvendt i artiklene, samt hvilke tema som går igjen i hver enkel artikkel. Nedunder vises oversiktsmodellen med de selvvalgte forskningsartiklene innført, og deretter følger korte sammendrag fra artiklene i neste delkapittel:

Forfatter og år	Tittel	Formål	Metode	Respondenter	Alder	Sentrale temaer
Fjelnseth & Sjølie, 2021	#Utenfilter – ensomhet og identitet på sosiale medier	Se hvordan opplevelsen av ensomhet ble påvirket fra de sosiale mediene	Kvalitativ metode: Individuelle semistrukturerte dybdeintervju med en varighet på 30-60 minutter	12 elever ble intervjuet og det var lik kjønnsfordeling	Elever på videregående skole fra 18-19 år	Ensomhet, sosiale medier, sosial identitet, sosial sammenligning, sosial kontroll og selvpresentasjon
Smith, Leonis & Anandavalli, 2021	Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being av	Utforske forholdet mellom tilhørighet, og ensomhet ved bruk av sosiale medier	Litteraturstudie: En narrativ gjennomgang av medieteknologien de siste 20 årene, og dens innvirkning på de unges sosialisering - opplevelser	Ingen delaktige i forskningen	Ungdommer, og unge voksne fra 15-24 år	Sosiale medier, ensomhet og tilhørighet
O' Day & Heimberg, 2021	Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review	Å finne utav hvilken virkning sosiale medier har på de unges velvære, sosiale angst og ensomhet	Litteraturstudie: Utført et søk i flere databaser med relevant litteratur innenfor sosiale medier, sosial angst og ensomhet	Ingen delaktige i forskningen	Unge voksne fra 18-29 år	Sosiale medier, ensomhet og sosial angst

### 3.5 Presentasjon av forskningsartiklene

Artikkel 1: *#Utenfilter – ensomhet og identitet på sosiale medier av Fjelnseth, M. & Sjølie, H. (2021).*

Sammendrag: Denne artikkelen handler om sosiale medier, ensomhet og sosial identitet. Formålet med studiet var å se hvordan sosiale medier påvirket opplevelsen av ensomhet blant ungdommer. De sosiale plattformene som Instagram, Snapchat og Facebook er lagt frem i artikkelen. I denne undersøkelsen ble 12 elever fra en videregående skole intervjuet for å få innhentet fyldig og beskrivende informasjon ut fra elevene sitt synspunkt (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 162). Studiens funn viser at

ungdommen legger frem en annen identitet enn sin egen på sosiale medier. I tillegg stilles det uoppnåelige krav til egen selvpresentasjon, som har en betydning for opplevelsen av ensomhet. Responsen fra antall likes, kommentarer og følgere har betydning for opplevelsen av aksept, tilhørighet og opplevd ensomhet. Elever som ikke får en akseptabel respons på sosiale medier sammenlignet med andre får en økt ensomhetsfølelse. Dette kommer fra blant annet sosial sammenligning (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 172-173).

*Artikkel 2: Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being av Smith, D., Leonis, T., & Anandavalli, S. (2021).*

Sammendrag: Artikkelen omhandler tilhørighet og ensomhet på sosiale medier, og hvilken virkning de ulike sosiale plattformene kan ha på ungdommens velvære. I dette litteraturstudiet har forskningen gått utfra et historisk perspektiv som skal undersøke forholdet mellom ensomhet, tilhørighet og bruk av sosiale medier blant ungdom og unge voksne (Smith, Leonis, & Anandavalli, 2021, s. 12). Konklusjonen i studiet er at sosiale medier kan både fremme ensomhetsfølelsen, men samtidig minske den. Kommunikasjon på nett kan føre til mindre sosiale samhandlinger som foregår ansikt til ansikt, som til slutt kan gi en økt risiko for ensomhet. På den andre siden kan sosiale forbindelser og nettverk bli utvidet i såpass stor grad at det er mulig å kommunisere med folk fra hele verden, som dermed kan minske risikoen for ensomhet (Smith, et. al., 2021, s. 13). Det blir også lagt frem hvordan sosiale medier påvirker ensomhetsfølelsen i den grad at det er knyttet til personlighet og brukeregenskaper. Som for eksempel unge mennesker som definerer seg som introvert eller ekstrovert, og hvordan hvert enkelt individ bruker de sosiale plattformene (Smith et al., 2021, s. 19). Sosiale medier kan se ut til å være en innvei til sosiale engasjement. Plattformen som Instagram og Snapchat kan gi en lettere inngang til interaksjoner mellom mennesker som kan bidra til en følelse av tilhørighet, og minske ensomhetsfølelsen (Smith et al., 2021, s. 18).

Artikkel 3: *Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review av O' Day, E, B, & Heimberg, R, G. (2021)*

Sammendrag: Artikkelen handler om hvordan sosiale medier kan påvirke de unges velvære. Forskningen undersøker sammenhengen mellom sosiale medier, sosial angst og ensomhet. I denne artikkelen ble det utført flere søk i ulike databaser som var relatert til begrepene sosiale medier, ensomhet og sosial angst. Konklusjonen etter dette studiet er at ensomhet kan relateres til ungdommens skjermtid og deres bruk av sosiale medier (O' Day & Heimberg, 2021, s. 1). Sosialt engstelige individer foretrekker å oppsøke sosiale interaksjoner på sosiale medier og nettverk, for å kompensere for manglende personlige relasjoner (O' Day & Heimberg, 2021, s. 1). På den andre siden forholder ensomme individer seg til sosiale medier for å få sosial støtte, og mer interaksjoner mellom mennesker (O' Day & Heimberg, 2021, s. 3). Sosiale medier kan gi økte muligheter for en sosial tilknytning i form av meldinger, Snapchat, Instagram og lignende. Det er også fullt mulig at det er med på å skape et miljø som kryr av sosiale sammenligninger, som kan gi en forsterket opplevelse av sosial isolasjon og ensomhet blant den yngre generasjonen (O' Day & Heimberg, 2021, s. 3).

### 3.6 Studiets troverdighet

For at metoden en bruker i oppgaven skal gi troverdig kunnskap, bør vitenskapelige metoderegler og kunnskapskrav være oppfylt. De ulike kravene som validitet og reliabilitet er vesentlig for å oppfylle disse kriteriene. Validitetsbegrepet står for relevans eller gyldighet, som vil si hvor gyldig funnene er i oppgaven. Reliabilitet er det samme som pålitelighet (Dalland, 2021, s. 43). Pålitelighet i forskningsarbeidet er et kriterium for kvaliteten, og omhandler at arbeidet man har presentert er troverdig. Det er vesentlig å påpeke hvordan dataen har blitt undersøkt i forskningen, og eventuelt påpeke feilkilder som kan ha påvirket resultatet. Dette gir en mulighet for leseren til å kunne vurdere påliteligheten av oppgaven og kildene som er brukt (Dalland, 2021, s. 58).

Kildegrunnlaget i oppgaven bør være godt beskrevet og begrunnet, for at leser skal se til at oppgaven er troverdig og faglig begrunnet (Storø, 2019, s. 152-153). Kildekritikk består av to deler. Det første omhandler kildesøking eller litteratursøking. Ved kildesøking finner man

frem litteraturen man ser belyser problemstillingen sin på en best mulig måte. Den andre dreier seg om å gjør rede for litteraturen som er anvendt i sin egen oppgave. En må kunne se til at opplysningen i litteraturen er gyldig og at utgangspunktet til kilden er troverdig (Dalland, 2021, s. 143).

I denne oppgaven har jeg foretatt grundige litteratursøk i arbeidet med å finne aktuelle forskningsartikler. Jeg fant flere artikler som hadde forsket på sosiale medier og ungdom, men de hadde ikke et primært hovedfokus på ensomhet. På bakgrunn av det stod jeg igjen med tre forskjellige fagfeltvurderte artikler som satt søkelys på sosiale medier, ensomhet og ungdom. Jeg var kildekritisk til å finne artikler som hadde ny forskning på grunn av den stadige endringen rundt tematikken. I tillegg var det viktig at artiklene var relevante til problemstillingen.

## 4.0 Funn og drøfting

I dette kapittelet skal jeg både presentere og diskutere funnene. Jeg har delt opp kapittelet i fem ulike hovedkategorier som følgende: 1) Identitet og sosial identitet, 2) personlighet og brukeregenskaper, 3) tilhørighet og aksept, 4) sosial sammenligning og 5) sosial kontroll og selvpresentasjon. Jeg følger en tematisk struktur i presentasjonen av funn med påfølgende drøfting. Enkelte av temaene vises kun gjennom en artikkel, mens andre temaer går på tvers av artiklene. Mine funn fra de tre vitenskapelige artiklene viser at sosiale medier påvirker opplevelsen av ensomhet blant ungdommer på forskjellige måter, og i ulik grad. I noen tilfeller blir ensomhetsfølelsen redusert, mens i andre tilfeller blir ungdommen mer ensom av å bruke medier som Instagram og Snapchat. Artikkelen 1 setter søkelys på en del negative sider, hvor ungdom i større grad blir påvirket til å føle seg mer ensom av å anvende sosiale medier. Artikkel 2 og 3 legger frem både positive og negative sider, ved at ungdom opplever ensomhet i både større og mindre grad.

### 4.1 Identitet og sosial identitet

Artikkel 1 (Fjelnseth & Sjølie, 2021) fremmer identitet og sosial identitet som særlige faktorer for ungdommenes opplevelse av ensomhet. Hvordan ungdommene presenterer seg selv på sosiale medier og responsen det gir dem ser ut til å være en påvirkende faktor til en økt opplevelse av ensomhet (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Ungdommen føler et behov for å opptre som en annen person når de bruker sosiale medier. De legger frem en annen person på plattformene for å bli akseptert, og føler ikke de blir akseptert ved å være seg selv. I tillegg opplever ungdommen at sin egen sosiale identitet blir påvirket på grunn av at de sammenligner seg med andre på både Instagram og Snapchat. På sosiale medier legger de unge frem en annen identitet for å oppnå et ideal for å utfylle ulike kriterier som kommer fra de ulike plattformene (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Sosiale medier stiller høye krav når det kommer til perfeksjonisme, og ungdommen føler de må fremvise den beste versjonen av seg selv og alltid se best ut. Slike krav bidrar til at de unge får et negativt syn på seg selv, og hvordan de opplever sin egen plass i fellesskapet (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Et intervjuobjekt forklarer de ulike idealene, og kriteriene som medfølger av å være på sosiale medier slik:

*«Jeg føler at det er om å gjøre og være mest perfekt. Det er egentlig det hele sosiale medier går ut på [...] Ha de fineste bildene. Ha mest likes. Ha mest følgere. Du må ta fine bilder. Du må passe på at ting ser bra ut. Du må passe på at du skriver det som er riktig. Fremstå riktig.» (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168).*

Ungdommen sitt ideal er å utfylle kriteriene i sitatet ovenfor, og presset etter å oppnå dette påvirker de unge til å stille krav rundt sin egen sosiale identitet. Ungdommen meddeler hvordan det brukes filter på både bildepublikasjoner og eget liv for å bli sosialt akseptert (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Det fremlegges et skille på hvordan de unge presenterer seg selv på sosiale medier, kontra hvordan de fremstår i virkeligheten. Med det menes at ungdommen ofte fremstiller en helt annen identitet på eksempelvis Instagram for å presentere et mye bedre liv, enn vedkommendes egentlige liv utenfor de perfekte bildene på Instagram (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Et intervjuobjekt refererer til identitet på sosiale medier på denne måten:

*«Alle har en annen identitet på Instagram enn de har i virkeligheten. Tror folk vil at folk skal tro at de har et mye bedre liv enn det de egentlig har» (Fjelnseth & Sjølie, 2021 s. 168).*

Det kan forstås slik at sosiale medier er en scene hvor ungdommen påtar seg en bestemt rolle foran et publikum. Med det menes at ungdommen tilrettelegger og iscenesetter en feilfri fasade, og skaper et bilde og en identitet av en person som nødvendigvis ikke samsvarer med virkeligheten. Sannheten bak de flotte Instagram innleggene og det perfekte livet blir sjeldent presentert på mediene, og det skaper en falsk prestisje på hvordan ungdommen representere seg selv og egen identitet (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168).

Måten ungdommen presenterer seg på sosiale medier kan tolkes som en prosess preget av en veksling mellom front stage, og back stage (Goffman 1959, referert i Ulriksen, 2019). Back stage omhandler tiden og ressursene ungdommen bruker før bildepublikasjonen. Det er prosessen som foregår bak et kamera som å finne rett vinkel, lys og redigering av bildet for best mulig resultat (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019). Et flertall av prøvebilder eller prøveselfier blir ofte tatt, før det ene bildet er fint nok til å publisere for andre ferdig pyntet med redigering og filter. I tillegg bruker flere ungdommer tid på å planlegge hvor bildet skal bli tatt, og hvilken bakgrunn som egner seg best for anledning. Både tekst og kommentarer kan planlegges og omskrives før det er akseptabelt nok til å poste (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Når bildet blir lagt ut er ungdommen i front scenen, hvor alle kan se innlegget på enten



Instagram eller Snapchat. Annen forskning på feltet viser at ungdom som anvender sosiale medier kan føle at de ikke blir sett av andre som den de egentlig er, og føler at ingen kjenner dem (Primack et al., 2017). Det kan føre til at de unge føler seg mer ensom på grunn av at de ikke viser sitt sanne jeg, men fremviser en falsk fasade for å opprettholde et filtrert utseende og et perfekt liv. Det ser ut til at sosiale medier er med på å forme hvordan ungdom fremstiller sin egen identitet etter hvilke krav og forventinger som stilles fra dem (Primack et al., 2017).

Det kan forstås slik at ungdommen har tatt på seg en maske i front scenen på sosiale medier, for å fremstille seg selv på en best mulig måte. Profilene på både Snapchat og Instagram kan oppfattes som et essensielt verktøy for de unge til å skape et bilde av en person de ønsker å være eksternt (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Slik jeg tolker det, kan en slik fasade bidra til en økt opplevelsen av ensomhet til de unge, på grunn av presset som medfølger av å alltid tilrettelegge og iscenesette en annen identitet og livsstil for å oppnå sosial aksept. Forskning på feltet fremstiller at bruk av Instagram og Snapchat kan bidra til at ungdom føler seg mer misfornøyd med både utseende, personlighet og livsstil. Det kan bidra til at de unge ikke føler seg presentabel nok til å være seg selv på sosiale medier, som kan gi en økt opplevelse av ensomhet (Madsen, 2018, s. 213).

Tajfel og Turner (1979) sitt syn på sosial identifikasjon kan sammenlignes med hvordan de unge tilpasser sin egen identitet på sosiale medier. Teorien går i hovedsak utfra hvordan ulike grupperinger kan påvirke et individ, men i dag har mange unge grupperinger og et felleskap via medier som Instagram og Snapchat. Med utgangspunkt i teorien til Tajfel og Turner (1979) kan man forstå det slik at ungdommer som bruker sosiale medier kan ta til seg identiteten og væremåten fra de ulike grupperingene, og felleskapet man har bygd opp på Instagram og Snapchat. Ungdommen vil i visse tilfeller tilpasse seg normene og gjerne oppføre seg på samme måte som grupperingene fra mediene. Ungdom som tilpasser væremåten og normene på plattformene er ofte usikre på sin egen sosiale identitet, og tar derfor til seg en annen identitet for å ikke skille seg ut fra andre eller for å føle seg ensom (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168).

## 4.2 Personlighet og brukeregenskaper

Artikkel 2 og 3 viser at ensomhetsfølelsen fra sosiale medier er knyttet til personlighet og brukeregenskaper blant ungdommen (Smith et al., 2021, O' Day & Heimberg, 2021). Med det menes hvordan de unge bruker mediene, og hvilken personlighet og identitet vedkommende har. Et eksempel er unge mennesker som definerer seg som introverte eller ekstroverte, og hvordan hver enkelt ungdom anvender de sosiale plattformene (Smith et al., 2021, s. 19). Instagram og Snapchat har flere meldingsalternativer både indirekte og direkte, som kan skape en lettere innvei for sosiale interaksjoner mellom ungdommen (Smith et al., 2021, s. 19). Artikkel 2 (Smith et al. 2021) viser en sammenheng mellom å ha en introvert eller ekstrovert personlighet og opplevd ensomhet på sosiale medier. Sosialt introverte unge mennesker har tilsynelatende en stor mulighet via sosiale medier til å etablere sosiale relasjoner i mindre krevende sosiale sammenhenger. Ekstroverte kan i midlertidig skape enda bedre relasjoner på sosiale medier, og utvikle sterkere sosiale bånd med mennesker dem har hatt mindre kontakt med fra før. På den andre siden kan introverte ungdommer oppleve mer ensomhet ved bruk av sosiale medier, dersom de bruker mediene mer forsiktig og opprettholder de sosiale relasjonene på nett i mindre grad (Smith et al., 2021, s. 19-20).

Det kan se ut til at sosiale medier er med på å påvirke ungdommer til å oppsøke ulike medier for å kompensere for mangel på personlig støtte i hverdagen, og for å få et sosialt nettverk (O' Day & Heimberg, 2021, s. 1). Unge mennesker som anvender og bruker sosiale medier ofte kan risikere mindre sosiale møter, og interaksjoner ansikt til ansikt. På grunn av nettkommunikasjonen kan ungdommer tilbringe en del tid for seg selv uten å møte andre, som kan føre til en økt risiko for ensomhet (Smith, et. al., 2021, s. 13). På den andre siden gir den globale nettverksforbindelsen på sosiale medier de unge en mulighet til å kommunisere med hvem som helst, som kan redusere ensomhetsfølelsen (Smith, et. al., 2021, s. 13).

Brukeregenskaper er blitt tatt i betraktning for å forklare hvordan de sosiale medieplattformene kan være assosiert med opplevelsen av ensomhet blant de unge (O' Day & Heimberg, 2021). Det viser seg at ungdommer som bruker flere medium, som for eksempel Instagram og Snapchat kan ha mindre assosiasjon med ensomhet. Det blir antatt at ungdommer som anvender både Instagram og Snapchat kan få en økt sosial tilknytning, samt redusere opplevelsen av ensomhet (O' Day & Heimberg, 2021, s. 6-7). I tillegg ser man vesentlig forskjell på ungdom som reduserer tidsbruken på sosiale medier, kontra ungdom

som anvender det ofte. Ungdommen ser ut til å føle seg mindre ensom dersom de er på sosiale medier i mindre grad, og bruker plattformene av og til (O' Day & Heimberg, 2021, s. 7-8).

Da jeg var i praksis opplevde jeg at sosiale medier kan åpne dører for ungdommer som gjerne er mer tilbaketrukne, og synes det er vanskelig å skape relasjoner i større sosiale sammenhenger og situasjoner. Noen ungdommer i løpet av mitt praksisopphold meddelte at det var lettere å snakke med andre ungdommer på Snapchat i forhold til skolekantina, da vedkommende syntes det var utfordrende og mer krevende rundt flere ungdommer samtidig. Dersom vi ser på forskning på feltet kan nettkommunikasjon på sosiale medier bidra til at ungdommen opprettholder sosiale relasjoner og vennskap, som kan bidra til at de unge ikke opplever ensomhet i like stor grad (Castellacci & Tveito, 2018, s. 314). Med det sagt er det vesentlig at ungdommen opprettholder sosiale interaksjoner i det virkelige liv dersom nettkommunikasjonen på sosiale medier skal ha et positivt utbytte (Smith et al., 2021, s. 13). Overdreven bruk av sosiale medier kan bidra til en økt opplevelse av ensomhet dersom alle sosiale interaksjoner foregår bak en skjerm, og ikke ansikt til ansikt (Castellacci & Tveito, 2018, s. 319).

Det kan se ut til at unge mennesker oppsøker ulike plattformer for å skape ulike sosiale nettverk, og for å få et felleskap for å unngå ensomhetsfølelsen i hverdagen (O' Day & Heimberg, 2021, s. 1). Dette kan gjelde unge mennesker som ikke har et nettverk på daglig basis, og har derfor et behov for å søke en sosial arena via medier som Instagram og Snapchat. Slik jeg tolker materialet, kan ungdommer som anvender sosiale medier ofte ha et ønske om å kategorisere seg sosialt sammen med andre for å føle en tilhørighet, og ha en plass i det sosiale miljøet (Tajfel og Turner, 1979, referert i McLeod, 2019). Denne kategoriseringen foregår på nett hvor man vil finne en gruppe eller et forum som har likheter med seg selv, som kan bidra til et økt felleskap og tilhørighet sammen med andre (Tajfel og Turner, 1979, referert i Vinney, 2019).

Slik jeg tolker det, kan sosial kategorisering gi ungdommen en mulighet til å skape sosiale relasjoner og vennskap på plattformene. Det kan bidra til en følelsesmessig tilhørighet til en gruppering, samt et felleskap som kan redusere opplevelsen av ensomhet blant de unge. I tillegg har både Instagram og Snapchat flere ulike måter å kommunisere på, som kan gi ungdommer en lettere innvei til sosial kategorisering sammen med hverandre. Bildebaserte plattformer som Instagram og Snapchat kan gi en økt opplevelse av sosial tilknytning og

tilhørighet til andre ungdommer, som kan redusere opplevelsen av ensomhet (O' Day & Heimberg, 2021, s. 6-7). På den andre siden henviser forskning til at relasjonsbygging på sosiale medier kan gi et negativt utfall for de unge, fordi de ikke lenger møtes fysisk i like stor grad som før (Madsen, 2018, s. 102). Flere ungdommer foretrekker å bygge vennskap og sosiale relasjoner på enten Snapchat eller Instagram (Castellacci & Tveito, 2018, s. 319). Et nettbasert samvær på sosiale medier kan ikke erstatte gevinsten av mellommenneskelig kontakt, og kan derfor øke ensomheten blant ungdommen (Madsen, 2018, s. 102).

De siste årene har både Instagram og Snapchat utviklet seg med stadig nye verktøy og funksjoner (Smith, et. al., 2021). På Snapchat er det blant annet et digitalt kart som viser hvor alle vennene befinner seg til enhver tid. Instagram har en lignende funksjon hvor man kan «tagge» venner som er med i bildene man legger ut. På grunn av personlig erfaring med bruk av sosiale medier kan slike funksjoner bidra til en økt følelse rundt ekskludering og utenforskap. I min omkrets har jeg opplevd at unge mennesker ikke har blitt invitert på for eksempel en fest, og har følt seg ensom av å se alle andre på festen via det digitale kartet, eller bildepublikasjonen. Dersom vi ser på forskning på feltet kan ungdom få en økt ensomhetsfølelse dersom de for eksempel ser et bilde på sosiale medier fra en fest som de ikke har blitt invitert på selv (Primack et al., 2017).

Jeg tror at mindre bruk av sosiale medier kan gi et positivt utbytte til ungdommen. På denne måten er ungdom mindre delaktig i hva som foregår på nett, og får mindre med seg hva alle andre gjør i hverdagen. I tillegg kan det bidra til at ungdom møter hverandre i sosiale interaksjoner, i stedet for å bare snakke på enten Snapchat eller Instagram. I løpet av mitt praksisopphold observerte jeg hvor mye tid ungdommen brukte på sosiale medier i friminuttene, og generelt på daglig basis. Noen av elevene viste meg skjermtiden sin, som besto av mange timer i løpet av en dag. Elevene fortalte selv at de foretrakk å kommunisere med venner på Snapchat i stedet for å sosialisere seg sammen i det virkelige liv. Forskning på feltet viser at ungdom som anvender Instagram eller Snapchat mer enn to timer daglig har større risiko for å føle seg ensom, i forhold til ungdom som bruker mindre enn en halvtime (Primack et al., 2017). I tillegg viser det seg at de som logger seg ofte inn på plattformene er mer ensom, enn de som gjør det iblant (O' Day & Heimberg, 2021, s. 7-8).

### 4.3 Tilhørighet og aksept

Likes og kommentarer kan være en påvirkende faktor på hvordan sosiale medier kan påvirke en økt opplevelse av ensomhet blant ungdommen (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169).

Bildepublisering på Instagram er en form for å søke bekreftelse fra andre om en ser bra nok, og lever et bra nok liv. Det er viktig å ha et «decent nummer» i form av nok likes og kommentarer på et Instagram innlegg for å få en følelse rundt aksept (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Dersom ungdommen ikke får nok likes og ikke oppnår en ønsket respons kan det oppleves som utenforskap, og gi en økt følelse rundt ensomhet (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). På den andre siden kan bruk av sosiale medier og bildedeling være en motivasjonsfaktor for ungdommen til å kjenne på en tilhørighet sammen med andre, samt skape et digitalt nettverk. Tilhørighet på sosiale medier som Instagram og Snapchat kan føre til positive følelser blant de unge og øke felleskapet, samt redusere opplevelsen av ensomhet (Smith et al., 2021, s. 18). Et intervjuobjekt forklarer hvordan likes og respons på et Instagram innlegg kan føre til ensomhet på denne måten:

*«Hvis du legger ut en post og ser at alle får flere likes enn du får, og da føler deg litt mer ensom»,  
(Fjelnseth & Sjølie, 2021 s. 169)*

Responser fra likes, kommentarer og antall følgere kan gi en opplevelse av glede og tilfredsstillelse, som gjør at behovet for tilhørighet blir umiddelbart dekket (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 172). Dette kan gi en økt følelse rundt tilhørighet og et felleskap. Det kan også føre til det motsatte dersom responsen ikke er høy nok eller sosialt akseptert fra andre. Noen ungdommer publiserer et bilde på sosiale medier for sin egen del (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 172). Betydningen bak bildepubliseringen kan i den grad forstås at den enkelte vil få en redusert ensomhetsfølelse fra positiv respons med masse likes og kommentarer (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 172). Et intervjuobjekt påpeker viktigheten rundt egne personlige grunner for å poste et bilde på Instagram slik:

*«De fleste bryr seg ikke om bildene som folk viser at de er på festival, men det betyr noe for meg. Fordi det har egentlig mer med ensomhet og med meg selv å gjøre at jeg postet det for min del (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169)».*

For å sette personlig erfaring i perspektiv er det vesentlig å nevne en funksjon på Instagram som gjør det mulig å skjule antall likes og kommentarer fra andre. Man har mulighet til å velge om man ønsker å vise antall liker klikk eller kommentarfeltet til følgerne sine, eller

holde det privat. Flere i min vennekrets har hatt en positiv erfaring med denne funksjonen. Det er ikke lenger et like stort press på å føle seg ensom dersom man ikke får like høy respons som man egentlig hadde håpet på. Jeg tror at muligheten til å kunne skru av likes, og kommentarer kan redusere ensomhetsfølelsen i litt mindre grad. Flere unge føler seg mer ensom dersom antall likes og kommentarer ikke er høyt nok (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169).

Muligheten til å skjule antall likes, og kommentarer kan være en motivasjonsfaktor for ungdom til dele mer på både Instagram og Snapchat. Bildedeling kan bidra til en økt tilhørighet med andre unge på plattformene, og gi ungdommen et positivt utbytte ved at det reduserer ensomhetsopplevelsen (Smith et al., 2021, s. 18). For flere ungdommer er et Instagram innlegg viktig å publisere for sin egen del, for å lindre ensomheten (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Det kan forstås slik at noen ungdommer har et behov for likes og kommentarer for å få en bekreftelse om at de ikke er alene. I tillegg tror jeg at ungdom som publiserer et bilde på Instagram har et ønske om å få en type anerkjennelse, spesielt fra sine egne venner. Dersom vennegjengen kommenterer og liker bildet får ungdommen en bekreftelse på at vennene har sett og anerkjent bilde, som igjen kan gi en følelse av et felleskap og tilhørighet.

#### 4.4 Sosial sammenligning

Sosial sammenligning kan påvirke ensomhetsfølelsen blant ungdommer i større grad fordi på sosiale medieplattformer blir alle eksponert for andres publikasjoner og innlegg (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Som vil si at de unge sammenligner seg med bilder og tekst som blir publisert og postet på både Snapchat og Instagram. Det kan igjen bidra til at ungdommen sammenligner sin egen sosiale identitet opp mot andre type mennesker de ser daglig på sosiale medier. Sammenligning med andre kan påvirke den enkelte både positivt og negativt i den grad at det kan gi en økt selvtillit, men også føre til usikkerheter knyttet til egen sosiale identitet (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Et av intervjuobjektene refererer til sosial sammenligning på sosiale medier på denne måten:

*«Hvis alle poster om at de har det bra, desto mer ser det ut som at alle har det bedre enn deg. Og det får deg til å tenke mye mindre om deg selv» (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169).*

Funn viser at ungdommer kan få negative tanker om seg selv dersom de daglig ser på Instagram og Snapchat, som fremviser det perfekte livet eller utseende. Disse tankene kan lede til tanker om at alle andre lever et mye bedre liv enn dem selv (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Sosial sammenligning på nett kan være avgjørende om en person føler seg ensom eller ikke. Ungdommens uttalelser henviser til at ensomhetsfølelsen kan oppstå dersom responsen på blant annet et Instagram innlegg ikke er akseptabelt sammenlignet med andre (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 172). Ulike forum på sosiale medier kan skape et miljø fylt av sosiale sammenligninger, som kan bidra til at den yngre generasjonen får en forsterket opplevelse av ensomhet og sosial isolasjon (O' Day & Heimberg, 2021, s. 2).

Dersom vi ser på annen forskning på feltet bruker ungdom sosial sammenligning for å evaluere seg selv, og sosiale medier har blitt en vesentlig arena for å vise seg frem og sammenligne seg med andre mennesker (Steinnes & Teigen, 2021, s. 6). Det er godt kjent at Instagram og Snapchat gir ungdom et innblikk i hverdagen, og generelt livet til mennesker som tilsynelatende har orden på alt. De har et perfekt hus, en stor og flott bil, en luksuriøs livstil fylt av dyre merkeklær, sko og vesker, og deres feilfrie kropper og utseende. For flere unge er det vanskelig å se gjennom en slik fasade, og sammenligner seg derfor med mediepersonligheter som fremstiller en såpass høy levestandard (Steinnes & Teigen, 2021, s. 6). Dette kan gi ungdommer en følelse av å ikke mestre sitt eget liv, og skape seg selvkritiske tanker om seg selv og sitt eget liv, som for eksempel: «Hvorfor er jeg ikke god nok?» «Hvorfor er jeg ikke like pen som dem?» «Skulle ønske jeg hadde et mye bedre liv» (Steinnes & Teigen, 2021, s. 6). Disse selvdestruktive tankene tror jeg kan påvirke ungdommen til usikkerheter og misnøye med seg selv, og gi en økt opplevelse av ensomhet. Det viser seg at ungdommens tankegang om sitt eget liv kan påvirkes i en negativ retning dersom venner, eller mediepersonligheter poster om det perfekte livet på mediene (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169).

Selv om det vises mye polert og filtrert virkelighet på sosiale medier, er det også en motpol til disse som viser et mer realistisk syn på hverdagsliv og livet generelt. En norsk helsesykepleier som heter Tale Maria Krohn Engvik driver en Snapchat-konto, og kaller seg selv for «Helsesista». Hun bruker plattformen sin for å komme i kontakt med ungdom om helsespørsmål, og fremviser mindre polerte bilder for å vise at ingen er perfekte. Slike kontoer kan gjerne bidra til at de unge får et positivt syn på seg selv og eget liv, da dem ser at ingen er perfekte på hverken sosiale medier eller i det virkelige liv. Studier av Yang (2016) bekrefter

hvor stor effekt sammenligning har på ungdom sin opplevelse av ensomhet. Ungdom som ofte sammenligner seg med andre på blant annet Instagram opplever ensomhet i større grad. På den andre siden opplever ungdom mindre ensomhet dersom dem sammenligner seg lite med andre på Instagram og Snapchat (O' Day & Heimberg, 2021, s. 7).

#### 4.5 Sosial kontroll og selvpresentasjon

Den sosiale kontrollen på sosiale medier har en betydning for en økt opplevelsen av ensomhet blant ungdommen. Funn viser hvordan det stilles uoppnåelige krav til egen selvpresentasjon (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 173). De ulike retningslinjene er med på å påvirke ungdommen til å oppføre seg på en bestemt måte for å bli akseptert på de sosiale plattformene (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 170). På grunn av retningslinjene får de unge begrenset tilgang til å bestemme over seg selv, og normene for hva som kan postes på både Instagram og Snapchat. Den sosiale kontrollen og retningslinjene er med på å påvirke selvpresentasjonen til ungdommen, på grunn av at dem presenterer seg selv utfra hva andre mener og tenker er akseptabelt (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 170). Et av intervjuobjektene forklarer hvordan en slik kontroll og retningslinjer på sosiale medier kan påvirke til opplevelsen rundt ensomhet slik:

*«Du får bare se det de vil at du skal se. Og ikke hva som egentlig er sannheten [...] Jeg tror vi bruker mye tid på å fremstille oss selv som så flotte og fine på sosiale medier at vi blir ensomme av det [...] Det er skikkelig trist å tenke på hvor mye tid man bruker på å bli likt» (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169)*

På bakgrunn av retningslinjene for hva som er rett og galt å legge ut, er det et skille mellom en offentlig og privat bruker på både Instagram og Snapchat (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Forskjellen mellom en privat og offentlig bruker er hvor mange, og hvem som kan se brukeren. En privat bruker består ofte av nære venner, og vedkommende må godta forespørselen dersom noen ønsker å følge brukeren til en som har lukket profil. En offentlig bruker derimot er åpen til alle kontakter, og hvem som helst kan se hva som blir publisert på brukeren (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Innhold som gjerne ikke er sosialt akseptert på en åpen profil, blir ofte publisert på en privat bruker. Et intervjuobjekt forklarer forskjellen mellom en privat og en offentlig bruker på denne måten:

*«Private brukere er for folk som kjenner hverandre. De du kan være 100 % ærlige med. Men en vanlig konto, er bare for å vise seg frem. Og være fake. Når privatbrukeren din og den offentlige brukeren din*



*er forskjellig, vet jeg at du prøver å gjøre noe du ikke trenger å gjøre.» (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168).*

Det som blir lagt ut på sosiale medier fremstiller ofte en filtrert og redigert fasade, hvor mange unge bruker uendelig med tid på de ulike plattformene for å bli likt. Ungdommen kan bli ensom av og hele tiden fremstille en flott og fin fasade på sosiale medier (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 169). Mange unge opptrer på en spesifikk måte på både Instagram og Snapchat for å ikke være til bry for andre, eller skille seg ut. En slik opptreden kan sammenlignes med at ungdommen utfører et slags skuespill for å bli sosialt akseptert foran publikumet som er på sosiale medier (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019).

Det kan flettes inn under Goffman (1959) sitt synspunkt om menneskets sosialisering som en planlagt interaksjon (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). Ungdommer anvender sosiale medier på ulike måter og det blir planlagt hva som skal postes ettersom hvem som kan se Instagram innlegget, eller Snapchat historien. Det er en vesentlig forskjell på hva som publiseres på en privat konto i forhold til en offentlig konto på Instagram (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168). Ungdommen har i større grad mulighet til å være seg selv med en privatbruker. En offentlig bruker blir omtalt som en fasade hvor de unge ikke viser sitt sanne jeg og hvem de egentlig er som person, som kan gi en økt følelse rundt ensomhet. En privatbruker derimot kan gi en større frihet til å kunne ytre mer personlige tanker og følelser. Samtidig er det mindre press på en privatbruker i forhold til en offentlig (Fjelnseth & Sjølie, 2021, s. 168).

Ungdommer som legger ut en historie på enten Snapchat eller Instagram har som oftest et planlagt manus på hva som skal deles til følgerne sine. En slik opptreden kaller Goffman for sosial front (Goffman, 1959, referert i Crossman, 2019). I tillegg har gjerne ungdommen sminket seg og brukt spesifikke klær, som er bestemt på forhånd for å passe anledningen. Til en viss grad kan det antas at ungdommen spiller et skuespill for å fronte seg selv i en positiv setting på sosiale medier, for å opprettholde kravene og retningslinjene. I tillegg kan ungdommen påta seg ulike roller i de ulike profilene. Back stage kan omtales som de private profilene til ungdommen hvor det legges ut andre type bilder, som kun de nærmeste har tilgang til. På Instagram bruker mange unge offentlige profiler som et slags utstillingsvindu, hvor fasade og behovet for å bli sett er viktig. Ungdom påtar seg en annen rolle på de åpne profilene som er tilpasset følgere sine, altså front scenen (Goffman, 1959, referert i Ulriksen, 2019).

Både Snapchat og Instagram har en funksjon som gjør at man selv kan velge hvem, og hvor mange som kan se hva som publiseres på historier. Med andre ord kan man nå dele historier med noen få utvalgte personer, også kalt for nære venner. Utfra personlige erfaringer ved bruk av sosiale medier kan disse mulighetene bidra til at man er mer seg selv, og ikke blir påvirket av hva som er rett og galt og legge ut i like stor grad. Det blir et fristed hvor man i større grad kan se ut som man vil, og si det man selv ønsker. I bakgrunn av det tror jeg at det kan bidra til en redusert ensomhetsfølelse blant ungdommen. Ungdommen får en større frihet til å vise hvem de egentlig er som personer bak fasaden, og ikke føle et behov for å tilrettelegge innleggene i like stor grad.

## 5.0 Avslutning

I dette forskningsprosjektet har jeg gjennom en litterær forskning undersøkt problemstillingen: *Hvordan kan sosiale medier påvirke opplevelsen av ensomhet blant ungdommer fra 15-20 år?* Mine hovedfunn viser at det ikke er et klart skille på hvordan sosiale medier kan påvirke opplevelsen av ensomhet blant ungdommen. Mitt datamateriale henviser til at det kan både redusere, men samtidig gi en økt følelse rundt ensomhet. På bakgrunn av økningen av ensomhet og bruk av sosiale medier er det ulike påvirkende faktorer som har spilt inn blant ungdommen, på både godt og vondt. Gjennom drøftingen har jeg kommet frem til at bruk av sosiale medier kan være hjelpelig mot opplevelsen av ensomhet, men også påvirke ungdommen til å føle seg mer ensom i hverdagen. I tillegg ser det ut til at bekreftelser, relasjoner og nærhet blant de unge har i større grad blitt overført til sosiale medier hvor alt skal foregå.

I denne oppgaven har jeg diskutert flere sider ved sosiale medier som kan påvirke ungdommens opplevelse av ensomhet. Men hva kan dette ha å si på lang sikt? Vil dagens bruk av sosiale medier kunne indikere noen konsekvenser på sikt for ungdommen? Hva har det å si for hvordan ungdommene vil se på seg selv, og være med andre om så mye av deres bekreftelse og anerkjennelse skal skje på nettet hvor de kan differensiere fremstillingen av seg selv slik de vil? Sosiale medier er i stadig endring, og resultatet av studiet kan forandre seg ettersom at tematikken er i en kontinuerlig prosess og utvikling. På bakgrunn av resultatet er det vesentlig å stadig se på fenomenet, og forske videre på hva denne utviklingen kan ha av betydning på sikt for ungdommen. Det er fordi det ser ut til at sosiale medier er kommet for å bli, og det kommer stadig nye plattformer og medier på det digitale markedet.

Flertallet av de unge anvender og bruker sosiale medier, og det har ingen tegn til å forsvinne. Når en jobber med barn og unge er det viktig at barnevernspedagoger kan sette seg inn i den digitale hverdagen. Fremtidige barnevernspedagoger kan gjerne forebygge opplevelsen av ensomhet i litt mindre grad dersom de har jevnlig samtaler med barn og unge om hva de opplever som positivt og gøy på nett. Samtidig åpne et rom for at de unge kan snakke om det som kan være vanskelig og utfordrende ved bruk av sosiale medier. Sosiale medier er et bredt tema, og det kan påvirke ungdommen på flere måter. Det er derfor viktig at barnevernspedagogen er klar over ulike risikofaktorer, samt har en forståelse for hva plattformene kan ha av påvirkning på ungdommen sin hverdag, og liv.

## 6.0 Litteraturliste

- Abrahamsen, M, H. (2021, 30. november). *Snapchat*. Store norske leksikon.  
<https://snl.no/Snapchat>
- Abrahamsen, M, H., Dvergsdal, H., & Askheim, S. (2020, 17. november). *Instagram*. Store norske leksikon. <https://snl.no/Instagram>
- Barstad, A. & Sandvik, L. (2015). Deltaking, støtte, tillit og tilhørighet: *En analyse av ulikhet i sosiale relasjoner med utgangspunkt i levekårsundersøkelsen* (IS-2387). Helsedirektoratet. [https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/deltaking-stotte-tillit-og-tilhorighet/Deltaking%20st%C3%B8tte%20tillit%20og%20tilh%C3%B8righet.pdf/\\_attachment/inline/6259c80f-46e4-4192-ba10-57610a43a855:b9dfc4761f1c80c8405e1f27015665df4caf9/Deltaking%20st%C3%B8tte%20tillit%20og%20tilh%C3%B8righet.pdf](https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/deltaking-stotte-tillit-og-tilhorighet/Deltaking%20st%C3%B8tte%20tillit%20og%20tilh%C3%B8righet.pdf/_attachment/inline/6259c80f-46e4-4192-ba10-57610a43a855:b9dfc4761f1c80c8405e1f27015665df4caf9/Deltaking%20st%C3%B8tte%20tillit%20og%20tilh%C3%B8righet.pdf) \*139 sider
- Primack, B, A., Shensa, A., Sidani, J, E., Whaitte, E, O., Lin, Liu, Y1., Rosen, D., Colditz, J, B., Radovic, A., & Miller, E., (2017). Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*. (53)1, 1-8. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0749379717300168> \*8 sider
- Castellacci, F. & Tveito, V. (2018). Internettbruk og trivsel: En undersøkelse og et teoretisk rammeverk. *Forskningspolitikk*. 47, 308-325. <https://www.sciencedirect.com.ezproxy.uis.no/science/article/pii/S0048733317301920> \*18 sider
- Crossman, A. (2019). *The Presentation of Self in Everyday Life*. ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/the-presentation-of-self-in-everyday-life-3026754>
- Dalland, O. (2021). *Metode og oppgaveskriving*. (7. utg.). Gyldendal Norsk Forlag AS. \*272 sider
- Eriksen, T. (2016, 19. desember). *Hvordan gjøre en litteraturstudie*. Scribbr. <https://www.scribbr.dk/struktur-i-din-afhandling/saadan-foretager-man-et-litteraturstudie/>
- Evenshaug, O. & Hallen, D. (2007). *Barne- og ungdomspsykologi*. Gyldendal Norsk Forlag AS. \*50 sider
- Fjelnseth, M. & Sjølie, H. (2021). #Utenfilter – ensomhet og identitet på sosiale medier. *Tidsskrift for psykisk helsearbeid*. 18(2), 162-174. <https://www.idunn.no.ezproxy.uis.no/doi/pdf/10.18261/issn.1504-3010-2021-02-04> \*12 sider

- Halvorsen, K. (2008). Veier inn og ut av ensomhet. *Tidsskrift for psykisk helsearbeid*. 5(3), 258-267. <https://www-idunn-no.ezproxy.uis.no/doi/pdf/10.18261/ISSN1504-3010-2008-03-07> **\*9 sider**
- Hauge, Å, L. (2007). Identitet og sted: en sammenligning av tre identitetsteorier. *Tidsskrift for Norsk psykologforening*. 44(8), 980-987. <https://psykologtidsskriftet.no/frapraksis/2007/08/identitet-og-sted-en-sammenligning-av-tre-identitetsteorier> **\*7 sider**
- Helleve, A. & Klepp, K, I. (2017). Trådlaus og sårbar ungdom? Helserelevansen ved bruk av sosiale medium. K I. Klepp & L E. Aarø (Red.), *Ungdom, livsstil og helsefremmende arbeid* (s. 399-408). Gyldendal Norsk Forlag AS. **\*9 sider**
- Helsedirektoratet. (2018, 31.oktober). *Isolasjon og ensomhet*. <https://www.helsenorge.no/psykisk-helse/isolasjon-og-ensomhet/>
- Madsen, O, J. (2018). *Generasjon presentasjon: hva er det som feiler oss?* Universitetsforlaget AS. **\*238**
- McLeod, D, S. (2019). *Social Identity Theory*. Simply Psychology. <https://www.simplypsychology.org/social-identity-theory.html>
- O'Day, E, B, & Heimberg, R, G. (2021). Social media use, social anxiety, and loneliness: A systematic review. *Computers in human behavior reports*. 3. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S245195882100018X?via%3Dihub> **\*13 sider**
- Røkkum, N. (2016, 3. desember). *Metodisk inngang – en eller flere?* Norsk sosiologforening. <https://sosiologen.no/student/metodisk-inngang-flere/>
- Sander, K. (2021, 22. mai). *Metode*. Estudie.no. <https://estudie.no/metode/>
- Smith, D., Leonis, T. & Anandavalli, S. (2021). Belonging and loneliness in cyberspace: impacts of social media on adolescents' well-being. *Australian journal of psychology*. 73(1), 12-23. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00049530.2021.1898914> **\*13 sider**
- Standal, K, (Red.), Håkonsen, K, M., & Walgermo, A. (2005). *Psykologi i barne- og ungdomsarbeiderfaget*. Gyldendal Norsk Forlag AS. **\*50 sider**
- Steinnes, K, K. & Teigen, H, F. (2021). Livsstil til salgs: om influensermarkedsføring på sosiale medier og hvordan ungdom påvirkes. *Nordisk tidsskrift for ungdomsforskning*. 2(1), 4 – 22. <https://www.idunn.no/doi/pdf/10.18261/issn.2535-8162-2021-01-01> **\*18 sider**
- Storø, J. (2019). *Du må skrive! Skrivebok for studenter i barnevern og sosialt arbeid*. Universitetsforlaget.

Ulriksen, K, A. (2019). *Erving Goffmans rollespill*. Nasjonal digital læringsarena.

<https://ndla.no/nb/subject:1:c621fe47-6d28-4ecd-95cb-ad641382d8f4/topic:2:194386/topic:2:194388/resource:1:197407>

Velsand, M. (2020). *Barn og medier 2020*. Medietilsynet.

[https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/200211-barn-og-medier-2020-delrapport-1\\_-februar.pdf](https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/200211-barn-og-medier-2020-delrapport-1_-februar.pdf) \*26

**sider**

Vinney, C. (2019). Understanding Social Identity Theory and Its Impact on Behavior.

ThoughtCo. <https://www.thoughtco.com/social-identity-theory-4174315>

**Selvvalgt pensum: 882 sider.**