

# Ensam i socialt nätverk: samtidens paradox

**Ett fenomenologiskt perspektiv på relationen mellan sociala medier och känslan av ensamhet**

Av: Sofia Björnér

Handledare: Carina Guyard

Södertörns Högskola | Institutionen för kultur och lärande

Medie- och kommunikationsvetenskap C | VT20

Kandidatuppsats 15 hp

Programmet för Entreprenörskap, Innovation & Marknad



## **Abstract**

**Titel:** "Ensam i socialt nätverk - samtidens paradox" - Ett fenomenologiskt perspektiv på relationen mellan sociala medier och känslan av ensamhet

**Termin:** VT-2020

**Författare:** Sofia Björner

**Handledare:** Carina Guyard

Denna studie ämnar till att undersöka relationen mellan sociala medier och känslan av ensamhet ur ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv. Utifrån teorier om fenomenologi och media affordance har fyra kvinnliga ungdomar intervjuats i syfte att få en djupare förståelse för vilken effekt olika sociala mediekanaler har på känslan av ensamhet och gemenskap. Med hänsyn till att studien inföll under samma period som Covid-19 pandemin avser även studien ur ett bredare perspektiv uppmärksamma hur sådana samhällskriser tenderar påverka upplevelsen av sociala medier och dess effekter.

Studiens resultat visar på en genomgående ambivalens i förhållningssättet till sociala medier som upplevs ha både positiva och negativa effekter beroende på sinnestillstånd, sammanhang och dess användning. Sociala medier ses i allmänhet som ett användbart verktyg för att förbättra vänskapsrelationer och främja en känsla av gemenskap. Samtidigt upplevs sociala medier skapa en inre stress, ångest och ensamhetskänslor. Det visade sig att de positiva aspekterna associerades till snapchat och messenger som erbjuder direktkommunikation mellan en eller flera människor, medan de negativa aspekterna var starkt förknippat med funktionen att scrolla flödet på instagram. Intressant var dock att de negativa effekter som sociala medier i normalfallet upplevdes medföra tenderade minska under Covid-19 pandemin. Studien visar att sociala medier förstärkte känslan av gemenskap och mildrade känslan av ensamhet under pandemin.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>4</b>
1.2 Definition av sociala medier	6
<b>2. Forskningsöversikt</b>	<b>6</b>
2.1 Sociala mediers effekter på unga människors välmående	6
2.2 Ensamhetskänslor online	8
2.3 Sammanfattning	10
<b>3. Syfte och frågeställning</b>	<b>10</b>
<b>4. Teori</b>	<b>11</b>
4.1 Mottagarstudier och receptionsteori	10
4.2 Fenomenologi	11
4.3 Media Affordance	12
4.4 Sammanfattning	14
<b>5. Material och metod</b>	<b>15</b>
5.1 Metodval	15
5.2 Rekrytering av deltagare	15
5.3 Tillvägagångssätt	16
5.3.1 Pilotstudie	16
5.4 Etiska överväganden	17
5.5 Metodreflektion	18
<b>6. Resultat och analys</b>	<b>19</b>
6.1 Medieanvändning	19
6.2 Sociala mediers effekter på känslan av gemenskap	21
6.2.1 Skillnader mellan mediekanalernas olika funktioner	22
6.3 Sociala mediers effekter på subjektiv ensamhet	23
<b>7. Sammanfattning och slutsats</b>	<b>26</b>
7.1 Vidare forskning	28
<b>8. Bilaga 1: Intervjuguide</b>	<b>30</b>
<b>9. Referenser</b>	<b>32</b>

## 1. Inledning

Sociala nätverkssajter har dramatiskt revolutionerat sättet på vilket människor kommunicerar och interagerar med varandra. Aldrig någonsin tidigare har det rent tekniskt varit lättare att ha kontakt med människor. På några få knapptryckningar kan stora delar av den uppkopplade mänskligheten nås i både textuella och visuella former. Enligt statistik från 2019 använder 83% av svenskarna sociala medier, varav 65% dagligen (Svenskarna och Internet, 2019). Denna nya slags interaktion möjliggör en oavbruten tillgänglighet och ett ständigt samspel med andra människor, vilket borde medföra starkare relationer och ett förbättrat psykologiskt välmående eftersom vi alltid kan ha kontakt med människor vi tycker om. Sambandet tycks dock inte vara så självklart. Statistik visar att endast en fjärdedel (24%) finner sin tid på sociala medier meningsfull (Svenskarna och Internet, 2019). Samtidigt indikerar forskning på att känslan av ensamhet ökar (GIH, 2020; Jones, 2019; Thelander, 2020), vilket är tämligen paradoxalt med tanke på att sociala medier syftar till att göra det motsatta - att föra människor närmare varandra.

Länge har ensamhet och social isolering främst förknippats med äldre människor, vilket delvis kan bero på att den gruppen är mest studerad, men siffror visar att känslan av ensamhet idag är vanligast hos den yngre delen av befolkningen (Jones, 2019; Thelander, 2020). Statistiken är en aning differerande beroende på vilka aspekter av ensamhet som studerats, men enligt en rapport av BBC känner sig fyra av tio ungdomar ensamma ofta eller väldigt ofta. Liknande resultat har framkommit i studier gjorda i USA och i Sverige (ibid).

Ensamhet är ett komplext begrepp som kan vara frivillig eller ofrivillig såväl som objektiv eller subjektiv (Wahlström, 2018). Den ofrivilliga ensamheten ses som ett växande folkhälsoproblem och definieras ofta av forskare som upplevd social isolering och en känsla av att inte ha de sociala kontakter som önskas. Dessa egenupplevda känslor handlar om en subjektiv ensamhet, medan den objektiva ensamheten syftar till en mer fysiskt påtaglig ensamhet vad gäller exempelvis antalet vänner (ibid). Tittar man på subjektiva mått av ensamhet framgår det att unga människor upplever mer ensamhet än äldre, trots att de ofta träffar vänner i större utsträckning än äldre (Jones, 2019).

Att ensamheten ökar har flera orsaker, bland annat ett mer individualistiskt samhälle, ekonomiska begränsningar som förhindrar sociala aktiviteter och sociala medier (Wahlström, 2018; Jones, 2019). Vilken koppling sociala medier har till ensamhet är dock ett förhållandevis komplext forskningsområde då det framför allt är svårt att säga något om riktningen på sambandet, det vill säga om det är så att mycket användning av sociala medier skapar en känsla av ensamhet, eller om ensamhet bidrar till en ökad användning av sociala medier (Kardefelt-Winther, 2017, s.18; Ye & Lin, 2015, s.164; Lee, Moore & Park, 2012, ss.1043-1044).

Om unga i Sverige mår allt sämre samtidigt som de är de mest frekventa användarna av sociala medier väcker det frågor om hur det sambandet ser ut. Den tidigare forskningen om sociala medier och psykiskt välbefinnande är ofta av kvantitativ natur och saknar ett fokus på individens egna resonemang (O'Reilly et.al, 2018; Kardefelt-Winther, 2017). O'Reilly et.al (2018) menar att om sambandet mellan sociala medier och ensamhet ska förstås krävs kvalitativa insikter i form av förståelse för individens tankar och känslor. Tidigare forskning (Berryman, Ferguson & Negy, 2017) antyder till exempel att sättet individer använder sociala medier är mer avgörande än den tid som tillbringas online när det gäller mental hälsa. Detta indikerar att positiva eller negativa kopplingar mellan ensamhet och social internetanvändning beror på den specifika användningen av sociala medier. Att ta hänsyn till kontexten som visar människors motiv och specifika beteenden online kommer därför att berika litteraturen om ensamhet och social internetanvändning eftersom dessa faktorer påverkar huruvida sociala medier är positivt eller negativt associerat med ensamhet (Nowland, Necka & Cacioppo, 2017). Mot denna bakgrund ämnar denna studie undersöka vilken betydelse sociala medier har för unga människors känslor av ensamhet, och om det finns några särskilda mönster i när dessa känslor tenderar uppstå.

Med tanke på att denna studie inföll under samma period som Covid-19 pandemin kan det antas att den digitala kommunikationen har fått en annan betydelse än tiden innan pandemin. Den globala smittspridningen av coronaviruset gjorde att stora delar av den svenska befolkningen sattes i karantän och uppmanades att stanna hemma. Människor ombads att arbeta/studera hemifrån och undvika att träffa andra människor. Situationen innebar att människor inte längre kunde träffas som vanligt vilket gjorde att digitala medier, och i

synnerhet sociala medier, fick en ny betydelse. Firanden, aktiviteter och evenemang fick flytta in från gator och torg till datorskärmen. Sociala medier blev nu en förutsättning för att kunna ha kontakt med andra människor, vilket sannolikt gjorde att även de som tidigare haft en negativ inställning till sociala medier såg värdet i det. Den 1 maj 2020 sade statsminister i sitt tal “Den här krisen är en brutal påminnelse om att ensam är inte stark. Vi människor är beroende av varandra [...]” (Häkkinen, 2020). Detta gör frågan om sociala mediers effekter på ensamhet särskilt intressant i tider av stora samhällsförändringar som Covid 19-pandemin.

## **1.2 Definition av sociala medier**

Sociala medier är ett omfattande begrepp som betecknar webbplatser och mobila appar med vars hjälp människor kan interagera i mänskliga sociala nätverk och, i motsats till traditionella medier, bidra med användargenererat innehåll (NE, u.å). Sociala medier kan innefatta internetforum, sociala nätverkstjänster, bloggar, vloggar, poddradio och artikelkommentarer. Avseende till att respondenterna enbart nämnde Facebook, Instagram och Snapchat i sina svar avgränsar sig denna studie till respondenternas uppfattning och användning av sociala medier. Andra typer av sociala medier, än facebook, instagram och snapchat, kommer därför inte förekomma i analysen.

## **2. Forskningsöversikt**

I detta avsnitt presenteras den forskning som hittills gjorts relaterat till ungdomar, sociala medier och subjektiv ensamhet. Avseende till hela diskursen skedde således nedanstående urval som på olika sätt berör aspekter som anses väsentliga för den problemformulering som inledningsvis presenterades.

### **2.1 Sociala mediers effekter på unga människors välmående**

Studier som undersökt förhållandet mellan användning av internet och välbefinnande har gett blandade och ofta motstridiga fynd. Medan tidig forskning från 1990-talet tenderade att rapportera att internetanvändning var skadligt för social interaktion och relationer, tenderar nyare studier att rapportera mestadels positiva effekter (Valkenburg & Peter, 2009). Anledningen till denna förändring ligger dels i att användningen inte var lika utbredd i

samhället som idag, vilket gjorde det svårt att upprätthålla sitt befintliga sociala nätverk på internet, dels var dåtidens populära kommunikationsforum ofta offentliga chattrum där det inte var möjligt att skicka direktmeddelanden mellan befintliga vänner. (Kardefelt-Winther, 2017).

Som inledningsvis skrevs är mycket av den forskning som varnar för negativa effekter av internet mestadels kvantitativ och inom det psykologiska fältet (Kardefelt-Winther, 2017). Psykologiforskningen har till stor del undersökt internet-beroende och är därför särskilt negativa på grund av risken att utveckla beroende. Flertalet studier har kunnat visa att en problematisk och överdriven användning av sociala medier är starkt förknippat med ett försämrat välmående. Forskning som funnit dessa negativa effekter antyder att sociala medier kan isolera individer (Primack et al., 2017), skapa en inre stress och försämra våra offline-relationer (Nie & Hillygus, 2002). Det har även rapporterats att ungdomar som tillbringar mycket tid på sociala medier tenderar att uppleva lägre självkänsla och högre nivåer av ångest och depression (Hansen, 2019; Banjanin et al., 2015; Woods & Scott, 2016).

Anledningen till dessa negativa fynd skulle kunna förklaras av O'Reilly et.al. (2018) som menar att det har varit ett betydande fokus på sociala mediernas negativa påverkan i medierapporteringen, vilket har skapat en kultur av rädsla runt sociala medier, som ungdomar sedan upprätthåller. Vid en intervju om hur ungdomar själva uppfattar sociala mediernas effekter framgick det att sociala medier ansågs orsaka dålig mental hälsa som depression, sömnbrist och självmordstankar (O'Reilly et.al, 2018). Intressant var dock att ungdomarna tycktes tala på ett generaliserande och anekdotiskt sätt, snarare än att tala om personliga upplevelser, vilket forskarna menar överensstämmer med de inre negativa diskurserna som är inbäddade i den samhälleliga beskrivningen av sociala medier.

Till skillnad från ovanstående intas en mer nyanserad hållning inom medievetenskapen. Där framhålls bland annat att sociala medier skapar en nätbaserad gemenskap där online-kommunikation kan förbättra vänskapsrelationer. Något som framför allt tycks bero på den senaste tekniska utvecklingen som erbjuder många möjligheter för unga att integrera och bedriva värdefulla aktiviteter och utmaningar med andra människor online (Kardefelt-Winther, 2017). Antheunis, Schouten och Kraemer (2014) har kunnat visa att

ungdomar som tillbringar mer tid på sociala medier tenderar ha en större vänskapskrets och uppleva högre nivåer av vänskapskvalité samt högre nivåer av socialt kapital. Denna ansamling av sociala kontakter menar Steinfield, Ellison och Lampe (2008) kan leda till en känsla av popularitet och minskad ensamhet. I andra studier har det dessutom visat sig att sociala medier kan inge en känsla av samhörighet, att vara en del av någonting större och att känna sig uppdaterad, medan en bortkoppling från sociala medier riskerar skapa en känsla av stress, utanförskap och oförmåga att navigera sig (Kaun & Schwarzenegger, 2014; Vally PhD & D'Souza MSc, 2019).

Dessutom anses en problematisk användning av sociala medier vara tämligen svårdefinierat då det oundvikligen beror på personens ålder, dennes individuella egenskaper, den kultur som personen bor i och dennes bredare livssammanhang (Kardefelt-Winther, 2017). Av denna anledning anser flertalet studier att det inte finns några bevis för att sociala medier skulle skapa ett försämrat välmående eller psykiska hälsoproblem (Berryman, Ferguson & Negy, 2017; Antheunis, Schouten & Kraemer, 2014; Kardefelt-Winter, 2017).

## **2.2 Ensamhetskänslor online**

När det specifikt gäller känslor av ensamhet vid användning av sociala medier har Nowland, Necka och Cacioppo (2017) föreslagit att det finns en dubbelriktad och dynamisk relation mellan ensamhet och social internetanvändning. När internet används för att förbättra befintliga relationer och skapa nya sociala kontakter är det ett användbart verktyg för att minska ensamheten, men när social teknik används för att undkomma den sociala världen tenderar känslorna av ensamhet öka.

Även fast sociala medier kan vara ett användbart verktyg för att minska ensamheten har det föreslagits att den sociala tekniken många gånger ersätter intimiteten och kvaliteten i mänskliga relationer med ytlig online-kommunikation som inte bara försämrar vår sociala förmåga att föra meningsfulla samtal, utan även bidrar till att öka ensamhetskänslan (Turtle, 2017a; Kuss & Griffiths, 2011). Det framhålls att sociala medier utgör en illusion av sällskap som gör att vi riskerar skapa starka relationer med tekniken och inte sällan prioriterar internetkontakten före den fysiska kontakten (Turtle, 2017b). På liknande sätt uttrycker



Davis (2013) att socialitet idag har kommit att utspelas någon annanstans, inte ihop med dem vi har runt omkring oss, vilket gör att vi lever tillsammans men samtidigt var för sig: "living together apart". Digitala medier utlovar fler kontakter och fler vänner, men egentligen gör de oss ensammare.

"[...] in increasing the quantity of our online social networks we are sacrificing the right to enjoy the quality of human togetherness, believing that our 'hurried lives' do not afford us nearly enough time to tend to our relationships with others"

(Davis, 2013, s.11).

Inom det psykologiska fältet har det även kunnat konstateras att ensamhet ofta upplevs värre när människan saknar fysisk närhet, då fysisk beröring utsöndrar ett hormon som lugnar människan (Strang, 2014). Med tanke på att sociala medier ofta används på egen hand eller i syfte att överbrygga frånvaron av fysisk kontakt riskerar sociala medier förstärka ensamhetskänslan sådana stunder människan saknar fysisk närhet, trots att sociala medier ofta innebär mer social kontakt med människor.

Vid frågan om sociala medier gör oss mer ensamma eller om ensamheten leder till ökad användning råder tudelad forskning. Å ena sidan menar Ye och Lin (2015) att ensamma individer är mer benägna att bryta ensamheten genom att engagera sig i sociala interaktioner online än att kontakta människor offline. Å andra sidan indikerar forskning att personer som uttrycker tillbakadragenhet och passivitet för sociala beteenden offline också kommer träda fram i online-interaktioner vilket tenderar öka ensamheten (Nowland, Necka & Cacioppo, 2017; Lee, Moore & Park, 2012). Sådana här tudelningar beror ofta på studiernas olika tillvägagångssätt och sammanhang, det vill säga var och när studien genomfördes, om den är kvalitativ eller kvantitativ och inom vilken disciplin (Bryman, 2018).

En intressant distinktion har gjorts mellan bildbaserade och textbaserade medieplattformar, där det har visat sig att bildbaserade plattformar tenderar minska ensamhetskänslan samtidigt som lycka och tillfredsställelse med livet ökar. Det menar Pittman och Reich (2016) som påstår av textbaserade plattformar anses sakna tillräcklig intimitet. Bild- eller videomeddelanden som skickas mellan vänner upplevs istället som ett kraftfullt sätt att återskapa intimitet av social närvaro, då känslan av att kommunicera med en verklig person är

nödvändig för att avvärja upplevd ensamhet. Förklaringen tycks ligga i bildens inbyggda äkthet som den är kopplad till det visuella uttryckssättet, vilket gör att människor lättare kan uppleva socialt stöd genom de känslor som omedelbart förmedlas. (Pittman & Reich, 2016).

### **2.3 Sammanfattning**

Det framgår en dynamisk relation mellan ensamhet och sociala medier där dess användning är avgörande för vilka konsekvenser det får. Det råder ingen tvekan om att listan kan göras lång över de många fördelar som sociala medier fört med sig. Det har på många sätt underlättat livet och kontakten med andra människor. Samtidigt går det inte att undkomma den forskning som visar att sociala medier riskerar försämra våra offline-relationer och lätt kan föda ångest, depression och ensamhetskänslor. Trots att medievetenskapen har försökt nyansera forskningen om sociala mediernas negativa effekter finner denna studie intressant att undersöka på vilka sätt sociala medier tenderar väcka ensamhetskänslor.

### **3. Syfte och frågeställningar**

Studien syftar till att få en djupare förståelse för vilken betydelse sociala medier har för unga människors känslor av ensamhet. Genom intervjuer avser studien uppmärksamma och sprida kännedom om vilken effekt sociala medier har på känslan av ensamhet och gemenskap. Något som upplevs särskilt intressant nu under Covid-19 pandemin när människor begränsas att träffas i verkligheten.

- Hur, när, var och varför, om överhuvudtaget, tenderar sociala medier förstärka den subjektiva ensamheten hos respondenterna?
- Hur, när, var och varför, om överhuvudtaget, tenderar sociala medier förstärka känslan av samhörighet och gemenskap mellan respondenterna?

## **4. Teori**

Teoriavsnittet beskriver olika teoretiska perspektiv som studien ansluter sig till och de teoretiska begrepp som kommer att användas. För att kunna besvara studiens frågeställningar är förståelse för, och teorier om, användarnas medieanvändning avgörande. Vilken roll spelar sociala medier i vardagslivet och vilka olika funktioner erbjuds användaren? Det är frågor som dessa teorier ämnar besvara. Inledningsvis lyfts ett antal traditioner fram som bedöms vara relevanta för studiens inriktning.

### **4.1 Mottagarstudier och receptionsteori**

Inom den medie- och kommunikationsvetenskapliga forskningstraditionen har publiken, det vill säga mottagarna av mediernas budskap, länge studerats. Generellt brukar det talas om tre traditioner inom publikforskning; injektionsmodellen, uses and gratifications och cultural studies (receptionsanalys). Den förstnämnda är den äldsta traditionen där intresset låg i att undersöka räckvidd och publikens sociala komposition (McQuail, 2010; Bengtsson m.fl, 2016, s.161). Forskningen fokuserade främst på vad medieinnehållet gjorde med dem som använde medierna då publiken sågs som passiva och lättpåverkade (ibid). Inom uses and gratification skiftade sedan fokus till att betrakta publiken som en samling aktiva användare av medierna, snarare än passiva mottagare (Gripsrud, 2011, s.82). Forskningen övergick till att undersöka vad användarna gjorde med medierna, men fortfarande med utgångspunkt i att valen gjordes utifrån innehållsmässiga preferenser (ibid). Den sistnämnda kulturella traditionen (och receptionsanalys) har nästan uteslutande fokuserats till populärkultur, till skillnad från de två tidigare traditionerna. Inom detta perspektiv ses medieanvändning som en reflektion av sociala kontexter och som en meningsskapande process för det vardagliga livet (Bengtsson m.fl, 2016, s.163). Mediernas strukturella betydelse i människors liv, det vill säga när, var, hur och varför människor använder medier, gjorde att självaste medieinnehållet blev tämligen underordnat (ibid). Utifrån denna tradition har sedan det fenomenologiska perspektivet utvecklats vilket är det teoretiska perspektiv denna studie förhåller sig till.

### **4.2 Fenomenologi**

Det fenomenologiska perspektivet på medieanvändning handlar om att identifiera när och hur medierna används samt försöka förstå hur de blir meningsfulla i sin sociala och kulturella

kontext. Centralt i det fenomenologiska perspektivet på medieanvändning är begreppet livsvärld som syftar till den totala verklighet som människan har att förhålla sig till, exempelvis drömmar, fantasier och det som vi i dagligt tal kallar vardagslivet. (Bengtsson m.fl., 2016, s.165). I varje situation avgör människan vad som är relevant och sorterar därmed bort de sinnesintryck av en händelse som upplevs oviktiga - något som kallas relevansstruktur. Genom relevansstrukturen upplevs olika mediefenomen, texter och praktiker och allt som vi gör olika av olika människor beroende på tidigare erfarenheter och förväntningar på tillvaron. (Bengtsson m.fl., 2016). En viktig dimension av medierna är således att de är med och skapar och upprätthåller våra dagliga rutiner och ritualer. Det innebär att medierna blir en så pass integrerad del i människors vardagliga vanor att vi inte längre reflekterar över att vi ofta gör samma saker vid samma tillfällen varje dag. Medier har visat sig betydelsefulla för att skapa struktur i ett individualiserat vardagsliv, genom att människor exempelvis byter musik när det är dags att arbeta eller sätter på TV:n som en markör för att det är kväll. Mediernas självklara plats i människors liv har även bidragit till en ökad medial socialitet som gjort att gränserna för medierat och icke-medierat umgänge inte är lika tydligt som förut. (Bengtsson m.fl., 2016).

### **4.3 Media Affordance**

För att förstå vilken betydelse sociala medier har i människors liv krävs även en förståelse för vad de olika medierna erbjuder användaren. Termen affordance (erbjudande) myntades av James J. Gibson år 1977 och handlar om vad miljön erbjuder individen (Hutchby, 2000). I ett mediasammanhang innebär det att varje mediekanal har olika tekniska egenskaper som gör dem mer eller mindre lämpade för vissa typer av innehåll, viss typ av kommunikation och därmed viss typ av interaktion (ibid). Alla medietekniker distribuerar någon form av meddelande eller information, men på olika sätt och under olika förutsättningar, vilket gör att dess inbyggda möjligheter och begränsningar oundvikligen kommer att påverka både utformningen av budskapet och sättet vilket det tas emot. (Bengtsson et.al, 2016).

I samband med internetteknologins utveckling menar Castells (2012) att det uppstått en ny slags kommunikationsform kallad mass-själv-kommunikation, som kommit att prägla dagens sociala medier. Denna kommunikationsform är en blandning av interpersonell

kommunikation (interaktion mellan två eller flera deltagare som själva väljer när och hur de vill kommunicera) och masskommunikation (användare kan nå en publik långt utanför sin egna krets och på så sätt förvandlas till sändare i en mass-kommunikation). Denna nya medierade mass-själv-kommunikation erbjuder användaren funktioner som många gånger går utöver människans naturliga uttrycksmöjligheter vilket gör att människor kan kommunicera genom "gillningar", emojis, reaktioner och olika filter. Vid tal om sociala mediers effekter blir därför viktigt att vara medveten om vad de olika kanalerna erbjuder användaren, dess så kallade affordance.

Vid en granskning av dagens tre största sociala mediekanaler framgår det att facebook och instagram både gör det möjligt för användaren att skicka privata meddelande till vänner (interpersonell kommunikation) och att publicera offentliga inlägg som syns för en större publik (masskommunikation). Denna mass-självkommunikation gör att tankar, åsikter och idéer snabbt kan spridas till vänner och familj på ett kontrollerat såväl som okontrollerat sätt. På facebook finns en mängd sociala funktioner för att interagera med andra människor, så pass många att jag här endast nämner de mest centrala. Användaren erbjuds dels publicera egna inlägg i form av text, bild och video med möjlighet att tagga personer användaren umgås med, dels scrolla det allmänna flödet bestående av inlägg publicerade av vänner eller företagssidor användaren gillat. Användare har sedan möjlighet att kommentera eller reagera på dessa inlägg. Utöver detta kan användaren chatta med en eller flera vänner genom 'messenger' där användaren även kan se när mottagaren/ mottagarna läst meddelandet. Ytterligare centrala funktioner är möjligheten att skapa och bli inbjuden till evenemang eller skapa/ bli en del av slutna grupper där mer specifika inlägg publiceras. (Facebook, u.å).

I likhet med Facebook erbjuder även Instagram användaren att scrolla ett flöde bestående av publicerade inlägg av vänner eller andra personer användaren följer. Till skillnad från facebook där användare blir vänner med varandra genom en vänförfrågan kan användare på instagram följa personer utan att personen i fråga följer tillbaka. Instagram erbjuder användaren att publicera egna bilder eller videos med en tillhörande text, dock max tio bilder per inlägg vilket är mer begränsat än facebook. Genom "instagram stories" kan användaren även publicera bilder eller videos som försvinner efter 24 timmar. I dessa stories kan

användaren lägga till olika funktioner som mottagaren kan interagera på, exempelvis lägga in en omröstning, frågesport eller nominera vänner till en challenge. På dessa stories kan användarens följare svara med en reaktion eller skicka ett meddelande som öppnar en chatt. Denna chatt är, likt facebook's messenger, alltid tillgänglig vilket gör att användare kan chatta med varandra genom så kallade direktmeddelanden. Precis som på facebook kan användaren även gilla, kommentera och tagga personer som användaren umgås med sina i inlägg samt lägga till en position där det syns vart personen befinner sig. (Instagram, u.å).

Till skillnad från Facebook och Instagram erbjuder Snapchat huvudsakligen interpersonell kommunikation med meddelandefunktioner i text, bild och video mellan en eller flera vänner. Användare lägger till varandra genom en vänförfrågan och har sedan en chatt att kommunicera genom. Här skickas bilder och videos med eller utan text som är synliga i 10 sekunder, alternativt tills mottagaren klickar bort bilden för att kunna svara. Särskilt känt är snapchat för sina roliga filter, emojis och möjlighet att spela spel med vänner. Användarna kan även skicka meddelanden till varandra som sedan försvinner när användaren går ut från chatten, om meddelanden inte medvetet sparas. Användaren kan även publicera sina bilder eller videos i sin story som alla hennes vänner på snapchat kan se. Genom "snapchat-kartan" kan användare även se vart vänner befinner sig, förutsatt att vännen har aktiverat den funktionen. (Snapchat, u.å).

#### **4.4 Sammanfattning**

Ovanstående teorier bildar tillsammans studiens teoretiska referensram som resultaten kommer analyseras utifrån och som sedan ligger till grund för de slutsatser som dras. Relevansstruktur, affordance, mass-självkommunikation, masskommunikation och interpersonell kommunikation är centrala begrepp som kommer att användas för att besvara studiens frågeställningar. Genom den fenomenologiska teorin strävar jag efter att få en förståelse för respondenternas (publikens) behov och användningsområden, för att kunna analysera svaren och sätta dem i ett större perspektiv. Teorin om media affordance används för att diskutera mediernas olika tekniska funktioner i relation till respondenternas svar för att uppmärksamma dess olika effekter på ensamhet och gemenskap.

## **5. Material och metod**

Metodkapitlet syftar till att ge en inblick i hur arbetet genomförts och vilka val som gjorts under processens gång. Avsnittet behandlar metodval, urval, tillvägagångssätt, etiska avväganden och metoddiskussion.

### **5.1 Metodval**

Valet av metod baseras på forskningsfrågans kvalitativa utformning och krav på beskrivande tankar och känslor vilket gör att intervjuer lämpar sig väl för insamlingen av studiens empiriska material (Wibeck, 2015). Inledningsvis planerades studien bygga på tre stycken fokusgruppsintervjuer, men på grund av att undersökningen inföll under samma period som Covid-19 pandemin hindrades gruppmöten. Studien bygger istället på fyra stycken individuella intervjuer i syfte att få en bredare förståelse, möjliggöra jämförelser samt stärka tillförlitligheten jämfört med att enbart göra en intervju (ibid). Med hänsyn till tids- och resurstillgång samt forskningsfrågans avsikt bedömdes fyra intervjuer vara tillräckligt informativt för att generera en utförlig analys.

### **5.2 Rekrytering av deltagare**

Respondenterna för studien utgörs av kvinnliga ungdomar i åldern 20-25 år. Utöver det grundläggande kriteriet att alla respondenter skulle ha erfarenhet av sociala medier skulle alla tillhöra den sociala kategorin 'ungdom' avseende till studiens frågeställningar. En förfrågan om att delta i studien skickades ut i sms-form till personer i mitt personliga kontaktnät. Jag efterlyste även svars personer via sociala medier för att se till att hitta tillräckligt många respondenter inom den givna (knappa) tiden. Detta utmynnade i fyra stycken kvinnor som alla pluggar och bor i ensamhushåll. Trots att varken kön eller ensamhushåll var tänkt som variabler i studien slumpade det sig så att det bara var kvinnor som ville medverka i undersökningen, där alla bodde i ensamhushåll. I övrigt gjordes inga avgränsningar vad exempelvis gäller geografisk tillhörighet, etnicitet, utbildningsnivå eller yrkesområde eftersom detta hade försvårat rekryteringsprocessen och kunnat leda till brist på svars personer.

### **5.3 Tillvägagångssätt**

Intervjuerna byggde på en semistrukturerad intervjuguide (se bilaga 1) i syfte att ge samtalet en viss struktur, men i övrigt öppna upp för egna resonemang. Semistrukturerade samtalsintervjuer är att föredra då respondenten får möjlighet att utveckla sina tankegångar och fritt associera åt olika håll, vilket medför ett innehållsmässigt rikare material, jämfört med helt strukturerade intervjuer (Östbye, 2014). På så sätt hade respondenten möjlighet att utveckla och förklara vad hon tyckte var av vikt för förståelsen för ensamhetskänslor på sociala medier.

Intervjuerna genomfördes under maj månad 2020 och skedde genom digitala videosamtal på Zoom Meeting. Varje intervju pågick omkring 40 minuter och inleddes med en presentation av de forskningsetiska principer som gällde samt syftet med intervjuens genomförande. Därefter mottogs samtycke varpå respondenten informerades om att anteckningar kommer att göras, i vilket syfte och övergripligt vad som antecknas. Intervjumaterialet antecknades via dator samt spelades in med respondentens godkännande i syfte att stärka trovärdigheten och möjliggöra transkribering (Östbye 2014).

Bearbetningen av materialet inleddes med transkription. Därefter sammanställdes samtliga intervjuer enligt samma mönster för att identifiera centrala nyckelord och finna övergripande teman. Efter genomläsning av materialet genomfördes en systematisk analys för att hitta såväl likheter som skillnader mellan respondenternas svar, och för att diskutera dessa i relation till den teoretiska ramen och tidigare forskningen. Transkription och analys ägde rum i maj 2020.

#### **5.3.1 Pilotstudie**

Innan den empiriska insamlingsprocessen påbörjades genomfördes en mindre pilotstudie för att testa den tänkta intervjuguiden. Pilotstudien genomfördes på en bekant som fick svara på frågorna i en liknande situation som de tänkta respondenterna senare skulle få göra. På så sätt kunde jag revidera de frågor som visade sig vara svåra att förstå, ta bort de frågor som inte tillförde något och lägga till frågor jag märkte saknades. Det visade sig exempelvis att kompletterande frågor som ledde respondenten in på ensamhet var avgörande i det fall



respondenten inte själv berörde detta tillräckligt i tidigare frågor. Pilotstudien gav även mig som intervjuare möjlighet att känna av hur jag skulle uttrycka mig och bete mig gentemot respondenten för att skapa ett trivsamt klimat.

## **5.4 Etiska överväganden**

Känslan av ensamhet kan vara ett känsligt ämne för många att prata om, speciellt i situationer som är otrygga. För att i största möjliga mån göra det behagligt för respondenterna att diskutera ämnet har etiska överväganden varit genomgående i hela studien. Studien har följt de forskningsetiska principer som råder sett till de fyra allmänna huvudkraven; informationskravet, samtyckeskravet, konfidentialitetskravet och nyttjandekravet (Vetenskapsrådet, u.å). Hur denna studie förhåller sig till dessa krav beskrivs i det följande.

Samtliga respondenter har tydligt informerats om det ämne som studien berör och vilken roll de kommer ha i studien redan under rekryteringsprocessen. De har informerats om att de uppgifter som samlas in antecknas på min dator som endast jag har åtkomst till, och att materialet inte kommer att användas i något annat syfte än för denna studie. Inför varje intervju har respondenterna informerats om att deltagandet är frivilligt och att de när som helst kan avstå från att svara samt att inga svar eller åsikter är dumma, felaktiga eller klandervärda. Eftersom intervjuerna skedde digitalt var det inte möjligt för respondenterna att skriva under någon samtyckesblankett, vilket gjorde att samtycke inhämtades muntligt.

För att kunna genomföra ett möte på Zoom Meeting måste en inbjudan skickas via mail. Studien tvingades därför inhämta respondentens mail där namn och IP-adress automatiskt medföljer. Eftersom dessa personuppgifter inte är av betydelse för studiens syfte raderades mailet från såväl skickade mail som papperskorg efter intervjuens genomförande. Enligt dataskyddsförordningen definieras känsliga personuppgifter som uppgift om hälsa, etnicitet, facklig tillhörighet med mera (Datainspektionen, u.å). I och med att studien behandlar ensamhetskänslor, som kan anses ingå i begreppet hälsa, skulle det kunna hävdas att studien till viss del behandlar känsliga personuppgifter. För att skydda dessa uppgifter har personuppgifterna blivit avidentifierade genom pseudonymisering i transkriberingen för att det inte ska gå att spåra vem som har medverkat eller vem som har sagt vad. Respondenterna

namngavs istället med "Elsa", "Charlotte", "Vanessa" och "Josefin". Ljudinspelningarna och transkriberingarna sparades endast under processens gång och inga externa parter hade tillgång till dessa. Efter arkivering av studien raderades allt insamlat material.

## 5.5 Metodreflektion

Trots att intervju nämns som en lämplig metod för denna studie, sett till dess kvalitativa karaktär, finns vissa svagheter att vara medveten om. En central kritisk ståndpunkt till metodvalet är att jag som intervjuare spelar en viktig roll. I kvalitativa undersökningar är forskaren själv det viktigaste redskapet vid datainsamlingen, vilket gör att de tolkningar som görs till stor del är beroende av forskarens intressen (Bryman, 2018). Detta innebär att min starka uppfattning om att sociala medier kan ge upphov till ensamhet riskerar ha påverkat tolkningen av resultatet. Av denna anledning kan kvalitativa metoder ibland få kritik för att vara alltför subjektiva i den mening att resultaten i någon utsträckning kan bygga på vissa osystematiska uppfattningar av vad som av forskaren anses betydelsefullt (ibid). Detta var givetvis något jag eftersträvade att undvika, dels med hjälp av ett systematiskt analyschema, dels genom att återkomma till respondenterna om eventuella oklarheter dök upp under bearbetningen av materialet.

Värt att poängtera är även att studiens resultat bygger på respondenternas subjektiva upplevelse av ämnet, vilket innebär att de svar som ges inte är generaliserbara. Det är även tänkbart att respondenterna kände ett behov av att svara på ett visst sätt, exempelvis för att upprätthålla en viss roll gentemot mig som intervjuare. Detta kan dels göra att respondenten pratar mer generaliserande, dels undviker att nämna vissa aspekter. Avseende till att studien behandlar ett relativt känsligt ämne kan det vara svårt att erkänna vissa känslor för sig själv eller någon annan. Detta märktes under intervjuerna då samtliga respondenter undvek att uttala ordet ensamhet, för att istället att prata runt ordet. När respondenterna istället fick en rak fråga om ensamhet kunde samtliga respondenter relatera och utveckla sina tankar utan några större begränsningar. Ytterligare en utmaning med denna metod är att få respondenterna att uppmärksamma egna beteenden och känslor som de tidigare inte reflekterat över. Av den anledningen var det viktigt att jag ej avbröt respondenten, gav god svarstid och ingav trygghet.

Med hänsyn till att jag intervjuade vänner och bekanta fanns även risk att jag såg viss information som underförstådd och därmed missade att ställa vissa följdfrågor som kunde varit viktiga för studien. Huruvida det är klokt att genomföra intervjuer med vänner och bekanta jämfört med främlingar brukar generellt diskuteras utifrån svårigheten att upprätthålla vetenskaplig distans till personer man känner (Esaiasson m.fl., 2017). Trots att jag var medveten om detta valde jag att ändå intervjua vänner då bekantskapen gav möjlighet till ökad trygghet. Detta gjorde i sin tur att respondenterna kände sig mer bekväma att öppna upp sig om detta relativt känsliga ämne.

Genom att intervjuerna skedde digitalt via Zoom Meeting erbjöds större flexibilitet i schemaläggning och plats. Dock hävdar vissa forskare att digitala videointervjuer riskerar skapa en viss distans mellan forskare och respondent där den känslomässiga närheten och intimiteten kan påverkas negativt (Weller, 2017). Andra forskare menar däremot att det inte finns någon signifikant skillnad mellan digitala videointervjuer och fysiska möten. Snarare anses videointervjuer i vissa fall överträffa personliga möten när intervjupersoner exempelvis är geografiskt utspridda eller har komplicerade scheman. (Brandy & Kit, 2019). Fördelaktigt är även att respondenten fritt kan välja plats där hon känner sig trygg och kan vara i fred. I de videomöten jag genomförde upplevde jag inga direkta hinder, fränsett att vissa respondenter möjligtvis kände viss obekvämlighet att uttrycka sig framför en kamera under intervjuens första minuter.

## **6. Resultat och analys**

I följande del redovisas vad som framkommit i intervjuerna med koppling till tidigare forskning och teoretisk ram. Resultaten kommer att presenteras löpande där analysen är integrerad i presentationen. För att skapa struktur och överblick delas resultatredovisningen in i de tre teman som berörs i frågeställningarna, där skillnader mellan respondenternas attityder, erfarenheter och uppfattningar uppmärksammas.

### **6.1 Medieanvändning i vardagen**

Respondenterna säger att de befinner sig i ett samhälle där medieanvändningen är så pass

integrerad i deras liv att de många gånger inte reflekterar över deras användning. Precis som Bengtsson m.fl diskuterar upplever samtliga respondenter att användningen av sociala medier är med och upprätthåller deras vardag och att det blivit en rutin att flera gånger i timmen klicka in på olika sociala mediekkanaler. Intressant är att alla respondenter använder facebook, instagram och snapchat i sin dagliga användning, varav instagram är det som alla respondenter använder mest frekvent. Vid tal om facebook syftade alla respondenter främst på messenger-funktionen.

Anledningen till att respondenterna använder sociala medier är lite blandat. Elsa menar att det huvudsakliga syftet till att hon använder sociala medier är att hålla sig uppdaterad och se vad vänner gör. Charlotte menar att syftet är att hålla kontakt med människor, medan Vanessa tycker anledningen är att hon är uttråkad och att sociala medier det är det lättaste verktyget att ta till som en slags underhållning. Sist menar Josefin att hon främst använder sociala medier för skojs skull, men även för att skapa nya kontakter och få inbjudningar till olika saker. Dessa fyra syften överensstämmer med stora delar av den tidigare forskningen som säger att sociala medier kan inge en känsla av gemenskap, att känna sig uppdaterad och kunna hålla kontakt med vänner (Kaun & Schwarzenegger, 2014; Antheunis, Schouten & Kraemer, 2014; Kardefelt-Winther, 2017). Däremot upplever alla respondenter att Covid-19 pandemin specifikt förstärkt syftet av kunna hålla kontakt med vänner och familj.

Upplevelsen av Covid-19 pandemins effekter är i övrigt en aning differentierande då två respondenter uppger sig ha påverkats mer av pandemin än de andra två, trots att alla studerar på distans hemifrån. Vad som tydligt framgår är att två av respondenterna träffar vänner i mindre utsträckning än vanligt och umgås istället mer med familjen. Dessa två upplever även att deras tid på sociala medier har minskat något under Covid-19 pandemin på grund av att de har familjen omkring sig och underhåller sig med annat än att scrolla flödet på instagram, men även för att det inte händer lika mycket i deras liv som de själva vill publicera. De andra två träffar fortfarande vänner, varav en av respondenterna uppger sig träffa vänner mer ofta än innan pandemin då hon upplever att folk har mer fritid och färre saker inplanerat. Dessa två upplever även att deras medieanvändning blivit oförändrad respektive ökat under dagtid.

Gemensamt för alla respondenter är att de framför allt scollar flödet på instagram när det

använder sociala medier eller pratar med vänner på snapchat eller messenger. Alla säger sig publicera eget innehåll på instagram, men i olika stor utsträckning. Två av respondenterna upplever sig publicera mer frekvent än de andra två som publicerar mer sällan. Vilka effekter de upplever att respektive funktion har på gemenskap respektive ensamhet kommer att diskuteras i de följande två teman.

## **6.2 Sociala mediers effekter på känslan av gemenskap**

Inledningsvis tycker samtliga respondenter att sociala medier i allmänhet är ett bra sätt att hålla kontakt med vänner för att kunna hålla sig uppdaterade i varandras liv och kunna kommunicera med vänner på daglig basis utan att alltid behöva träffas.

“Det finns ju många vänner som man inte har träffat på flera år som man följer, som man inte hade haft en aning om vad dom hade gjort annars. Det behöver inte alltid vara att man pratar, det kan vara att man skickar någon rolig bild, en gif, gillar varandras bilder, kommenterar eller taggar varandra i saker. Allt sånt där skapar ju gemenskap liksom och en kontakt som man inte skulle ha annars.”

**- Josefin**

Oavsett hur respondenterna själva påverkats av pandemin upplever samtliga respondenter att sociala medier i allmänhet, men kommunikationen på messenger och snapchat i synnerhet, har fått en särskilt stor betydelse nu under pandemin för att kunna hålla kontakt med vänner och familj. En av respondenterna uppmärksammar att även att flödet på instagram består av ett nytt slags innehåll än tidigare, vilket hon upplever har skapat en ny slags gemenskap i pandemin.

“Det är viktigare än någonsin och har stor betydelse just nu. Människor i alla åldrar kan knyta samman och hålla kontakt med nära och kära som bor på distans eller med folk som inte kan ses nu. Man kan på ett enkelt sätt se hur alla mår genom instagram, snapchat eller facebook. Tacksam för att sociala medier finns i sådana här stunder.”

**- Charlotte**

“Det har blivit mycket mer att småsaker publiceras på sociala medier, som nu bakar jag bananbröd eller tips på hur man kan roa sig, som gör att man känner att vi alla

sitter i samma båt och ger en känsla av gemenskap.”

- Vanessa

### 6.2.1 Skillnader mellan mediekanalernas olika funktioner

Med hänsyn till affordance-begreppet framgår det att respondenterna uppfattar olika funktioner, och därmed olika kanaler, olika bra för att hålla kontakt med vänner. Intressant är att respondenterna till viss del resonerar olika vad gäller synen på att scrolla flödet på instagram. En av respondenterna upplever att instagram är ett dåligt verktyg för att hålla kontakt med vänner på grund av att det främst är offentliga bilder som snarare fungerar som en “check” på att personen mår bra. Två av respondenterna tycker tvärtom att instagram är den bästa kanalen för att hålla kontakt med vänner med anledning av att det sker flest interaktioner där och att man kan följa sina vänner utan att alltid behöva interagera.

“De flesta är ju väldigt aktiva på instagram så det blir ju liksom att många reagerar på saker, gillar och kommenterar, och även om man bara gillar någonting blir det ju ändå någon sorts kontakt. Däremot blir det ju inte värsta konversationerna på instagram, det blir mer på messenger och snapchat. Om man faktiskt vill nå någon, och det är mer viktigt att man ska kommunicera, då använder man ju snarare messenger och snapchat. Där blir det att man håller en mer personlig kontakt, medans instagram är mer ytligt.”

- Vanessa

Intressant är att ovanstående citat motsäger Turkles (2017a) resonemang om att den sociala tekniken riskerar ersätta intimiteten och kvaliteten i mänskliga relationer med ytlig online-kommunikation som försämrar vår förmåga att föra meningsfulla samtal. Det kan till viss del tyckas stämma vad gäller att scrolla flödet på instagram, men i övrigt upplever respondenterna snapchat och messenger som värdefulla verktyg för att kommunicera. Dessutom upplever två av respondenterna att jobbiga känslor kan vara lättare att uttrycka i skrift då det ges tillfälle att både känna efter och tänka efter, vilket tydligt motsäger Turkle (ibid).

Bengtsson m.fl. (2016) påstående om att varje mediekanal har olika tekniska egenskaper som gör dem mer eller mindre lämpade för viss typ av interaktion diskuteras vidare av den fjärde

respondenten. Hon diskuterar i linje med Bengtsson m.fl (2016) att kanalerna erbjuder olika slags kommunikation vilket gör att de är bra och dåliga på olika sätt. Å ena sidan upplever hon att instagram är sämre för att hålla kontakt med vänner på grund av att man mest scollar flödet och kommunicerar genom kommentarer, vilket gör det mer ytligt. Samtidigt menar hon att instagram är en bra påminnelse om att upprätthålla en kontakt.

“Visst att man kan kommunicera på facebook men då ska man ju ta ett aktivt val att kommunicera. På instagram kan det bara dyka upp någon så man ba ‘åh en bild på Sofia’ och så kan man kommentera. På så sätt kan det bli en påminnelse om att kommunicera. Sen kan det ju bli att jag skriver till personen på messenger eller snapchat istället för på instagram.”

- Elsa

Gemensamt för alla respondenter är att messenger (facebook) och snapchat, det vill säga kanaler som huvudsakligen bygger på interpersonell kommunikation (Castells, 2012), upplevs bättre för att bevara en personlig kontakt. Det framgår även att valet av mediekanal beror på vilken relation de har till personen och vad syftet med kommunikationen är. Messenger upplever respondenterna vara mer formellt där de skriver med personer som de inte sett på länge eller när det handlar om viktiga konversationer. Snapchat ses istället som det bästa verktyget för att kommunicera med nära vänner tack vare dess många funktioner som gör att det upplevs mer lekfullt, intimt och nära en själv. Detta kan förstås genom Pittman och Reich (2016) idé om att bildbaserade plattformar är ett kraftfullt sätt att återskapa intimitet av social närvaro och att bildens inbyggda äkthet gör att människor lättare kan uppleva socialt stöd genom de känslor som omedelbart förmedlas.

“Man kan se var någon är, skicka bilder på sig själv, skicka videos, skriva. Det är oftast live, hur du eller jag ser ut just nu, vilket gör det mer äkta. En bild säger mer än tusen ord, man får mer uttryck av att se någon än att enbart skriva i text”.

- Charlotte

### **6.3 Sociala mediers effekter på subjektiv ensamhet**

Trots att alla respondenter är positivt inställda till sociala medier anser samtliga att sociala medier även har en negativ påverkan i deras vardag. Till min förvåning uttryckte ingen av

respondenterna ensamhetskänslor som en av dessa negativa aspekter, förrän jag ledde in dem på området ensamhet. Istället uppmärksammade respondenterna bland annat stress, ångest, hat, beroendebeteende och tidsödande som några problem. När jag däremot började gräva djupare framgick det att samtliga respondenter hade erfarenhet av känna sig ensam vid användning av sociala medier. Det visade sig att dessa ensamhetskänslor var starkt förknippat med funktionen att scrolla flödet på instagram på grund av att det öppnar upp för jämförelse. En jämförelse som tenderar väcka en känsla av missnöje och utanförskap när de ser andra hitta på aktiviteter eller umgås med vänner när de inte är inbjudna.

“När man får svart på vitt att man inte är inkluderad i någonting. Någonting du brukar vara en del av men inte är en del av just då. Att du inte är bjuden på någonting men alla dina kompisar är där [...] eller man ser folk hitta på saker och man själv ligger hemma och gör ingenting. Man känner sig ju inte värdelös men det blir som att ‘jag har inget liv’. Man jämför ju sig med sig själv och sätter sig själv i ett sämre perspektiv än någon annan, även fast man vet att det inte är så.”

**- Charlotte**

“Om man sitter där hemma själv och tittar, så ser man att det är en grupp som hänger. Så ba va varför blev inte jag bjuden till det där. Utan sociala medier hade man ju inte sett det eller brytt sig. Nu blir det så påtagligt att det där händer just nu och här sitter jag själv.”

**- Vanessa**

“Om det är något som man kanske tänkt att man skulle bli bjuden på men inte blev och så ser man andra. En känsla av utanförskap som man bygger upp i ens eget huvud liksom, även fast det kanske inte är så. Ensamheten uppstår oftast stunder när man förväntas göra något, typ en helg ‘ska’ man inte sitta själv. Det är accepterat att sitta själv en tisdagskväll men inte en lördagskväll. Har man inte planer på helgen så är man typ utanför.”

**- Josefin**

Det gör sig tydligt att alla respondenter känner sig ensamma när de själva inte är omgivna bland vänner och familj. Intressant är att det också är vid dessa tillfällen, när de är själva, som respondenterna scollar flödet på instagram som mest. Samtliga respondenter uppgav att de rutinmässigt alltid går in på sociala medier på morgonen när de vaknar för att se vad de har



missat och på kvällen när de ska sova samt vid tillfällen när de är uttråkade under dagtid. Avseende till att alla respondenter bor själva kan detta förstås genom den psykologiska aspekten som Strangs (2014) lyfter fram, att sociala medier tenderar öka ensamhetskänslan stunder då människan saknar fysisk närhet.

Vad tal om ensamhetskänslor i relation till sociala medier beskrivs även en bild som för tankarna till relevansstrukturen (Bengtsson m.fl., 2016), det vill säga att olika sinnesintryck upplevs olika av olika människor beroende på vad personen i fråga upplever är relevant för henne själv. Det framgår av respondenterna att känslan av ensamhet tenderar uppstå när de ser något som de själva upplever sig sakna, något följande citat exemplifierar.

“Jag skulle säga att jag känner mig mindre ensam när jag ser ett tjejgäng som hänger tillsammans för det är ändå någonting jag känner att jag har, men det kanske skär sig mer när jag ser ett par, eftersom jag är singel, eller släktmiddagar eftersom jag inte har så nära relation till min släkt. Känner jag mig ensam jag inte vill se en bild på ett par som kysser varandra liksom.”

- Elsa

Detta visar på att orsaken till att ensamhetskänslor varierar från person till person beroende på vad hon själv upplever sig sakna eller längta efter. Vad som däremot tydligt framgår är att ensamhetskänslor främst uppstår när respondenterna inaktivt och på avstånd följer vänners liv utan att interagera eller kommunicera, då känslan av att inte vara delaktig blir mer påtaglig. Detta indikerar på att det huvudsakligen är mediekanaler som erbjuder masskommunikation och mass-själv-kommunikation (Castells, 2012) som bidrar till ensamhetskänslor.

När respondenterna ombads fundera på Covid-19 pandemins effekter på känslan av ensamhet framgick det att pandemin till viss del förändrat när och hur känslan uppstår. Å ena sidan upplever respondenterna att ensamhetskänslan uppstår oftare på grund av samhällets alla begränsningar. En känsla som snarare grundar sig i en objektiv ensamhet som samhället skapar.

“Många som pluggar har åkt hem till sin familj, inga föreläsningar i skolan, man ska inte resa för långt, man kan inte gå ut å dansa och alla event har ställts in som gör att man inte träffar folk som man skulle ha träffat. På så sätt blir ju summan av

kardemumman mer tid hemma och mindre saker man kan planera med sina kompisar vilket gör det lättare att känna sig ensam.”

- **Elsa**

“Det kan bli tydligare vem som är ens nära och riktiga vänner, eftersom man inte kan ses i större grupper, och den grejen kan ju skapa mer ensamhetskänslor.”

- **Vanessa**

“Ingen är hemma på dagtid när jag är hemma. När de jag umgås med är klara på jobbet vid fem har jag suttit hemma i sju timmar och inte gjort någonting typ medans jag i vanliga fall hade träffat kompisar i skolan och hittat på saker.”

- **Charlotte**

Av den anledningen menar respondenterna att messenger och snapchat, det vill säga kanaler som bygger på interpersonell kommunikation (Castells, 2012), blivit extra betydelsefulla för att kunna kommunicera med vänner och familj och på så sätt mildra ensamhetskänslan. Å andra sidan menar respondenterna att vetskapen om att alla sitter i samma båt och lever under samma förutsättningar gör att känslan av ensamhet uppstår mer sällan. Eftersom ingen kan resa, gå på konsert eller hitta på massa roliga saker publiceras inte sådant innehåll på instagram som annars hade kunnat väcka ensamhetskänslor. Genom att scrolla flödet inges istället en känsla av att alla har det lika tråkigt. Samtidigt som det i sig, likt en av respondenterna tidigare nämnde, kan bidra till en ny slags gemenskap i pandemin. Dessutom menar en av respondenterna att ju mer hon är hemma desto mer trivsamt blir hon med att vara hemma utan att känna sig ensam. Vidare nyanserar en av respondenterna känslan ytterligare när hon uttrycker att ensamhetskänslan upplevs vara en djupt underliggande känsla som väcks till liv när något lockar fram den till ytan. Hon menar att ensamhetskänslan därmed även kan uppstå när hon umgås med folk och att Covid-19 pandemin är en sådan grej som kan väcka känslan till liv.

## **7. Sammanfattning och slutsats**

Det framkommer tydligt i analysen att subjektiv ensamhet i relation till sociala medier är ett förhållandevis komplext område ur ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv. Med tanke på att människan som medieanvändare blir allt mer komplex i sina aktiviteter, och

kombinerar flera behov såväl som flera kanaler vid samma tidpunkt, blir det allt svårare att finna entydiga orsakssamband. Det står klart att sociala medier blivit en integrerad och självklar del av livet och att de har såväl positiva som negativa effekter beroende sinness tillstånd, sammanhang och dess användning. Studiens resultat visar på en genomgående ambivalens i förhållningssättet till sociala medier och bekräftar således både den tidigare forskningen som hävdar att sociala medier kan hjälpa till att förbättra vänskapsrelationer och främja känslan av gemenskap (Kardefelt-Winther, 2017; Kaun & Schwarzenegger, 2014; Antheunis, Schouten och Kraemer, 2014) såväl som de studier som hävdar det motsatta. Att sociala medier kan skapa en inre stress, ångest och ensamhetskänslor (Nie & Hillygus, 2002; Hansen, 2019; Turkle, 2017a).

Något av det mest framträdande var att mediekanaler som erbjuder funktioner av mass-självkommunikation tenderar öka känslan av ensamhet, medans kanaler som huvudsakligen erbjuder interpersonell kommunikation närmast eliminerar den subjektiva ensamheten. Det visade sig att scrolla flödet var starkt förknippat med en jämförelse som tenderar väcka en känsla av utanförskap eller avsaknad av något, som i sin tur visade sig vara den huvudsakliga orsaken till att ensamhetskänslor uppstår. Detta tycks förklaras av att instagram främst handlar om att på avstånd följa människor på en ytlig nivå, i kombination med att användare genom egna publiceringar skapar en offentlig bild av sig själv som jämförs och positioneras i förhållande till övriga användare. Snapchat och messenger som erbjuder interpersonell kommunikation upplevs istället stärka vänskapsbanden och upprätthålla en relation på ett djupare plan. Av den anledningen upplevs dessa mediekanaler mer meningsfulla än instagram. Bäst upplevs snapchat vara genom dess många kommunikationsfunktioner och möjlighet att kommunicera i bild som förstärker intimiteten. Trots att instagram med dess mass-självkommunikation uppgavs vara ytligt och mindre värdefullt än snapchat eller messenger framgick ändå att instagram ses som ett av de bättre verktygen för att hålla en relation levande. Genom att kunna följa vänner tycks instagram påminna om att bevara en relation då användare kan interagera utan att nödvändigtvis kommunicera.

Vad som även tydligt framkommer i analysen är att sociala medier får en särskilt stor betydelse under samhällskriser som Covid-19 pandemin. De visade sig att de negativa effekter

som sociala medier i normalfallet upplevs medföra tenderar minska under krissituationer. Något som framför allt tycks bero på känslan av att alla lever under samma förutsättningar där sociala medier snarare ses som en stark tillgång för att bevara känslan av gemenskap. De begränsningar som råder under samhällskriser gör att alla människor, oavsett demografiska variabler såsom ålder, kön, eller klasstillhörighet, påverkas lika mycket. Ingen kan resa eller hitta på roliga saker vilket gör att sådana bilder som annars hade kunnat väcka ensamhetskänslor inte publiceras på sociala medier i lika stor utsträckning. Det som tidigare öppnat upp för jämförelse, klassifiering och positionering tonas ut och blir istället en plattform för människor att hitta stöd och känna samhörighet. Under krissituationer som Covid-19 pandemin när ensamhetskänslor tenderar uppstå oftare på grund av samhällets begränsningar, visar denna studie att sociala medier förstärker känslan av gemenskap och mildrar känslan av ensamhet.

Sammanfattningsvis anser jag att studiens frågeställningar till stor del har besvarats. Även om arbetet är mycket begränsat i sin omfattning, och trots att jag är medveten om vissa svagheter, tror jag att uppsatsen kan bädda för ett bredare perspektiv på relationen mellan subjektiv ensamhet och sociala medier. Huruvida sociala medier är orsaken till att ensamheten tenderar öka kan denna studie inte uttala sig om. Däremot ger studien indikationer på att sociala medier kan föda ensamhetskänslor vilket kan vara en av många förklaringar till att försöka förstå den ökade subjektiva ensamheten i samhället.

## **7.1 Vidare forskning**

Avseende till att denna studie fokuserade på ett relativt litet antal unga kvinnor, i åldrarna 20–25 år, skulle det för framtida studier vara intressant att inkludera fler intervjupersoner från fler åldersgrupper. Detta för att vidare undersöka hur åldern och därmed livserfarenheten kan påverka hur individen uppfattar sociala medier i relation till ensamhet. Detta är särskilt intressant eftersom dagens ungdomar vuxit upp med sociala medier som en mer naturlig del av sina liv, medan det ser annorlunda ut för de som är äldre.

För framtida studier vore det även spännande att jämföra ensamhushåll med sambohushåll eftersom det sannolikt påverkar känslan av ensamhet, men även jämföra kvinnor och män.

Allt som oftast är könsaspekten en intressant variabel eftersom åsikter, värderingar och erfarenheter många gånger visat sig skilja sig åt. Slutligen vill jag föreslå ytterligare studier kring instagram och dess utformning, med tanke på att bilder med korta texter lyckats få sådan påverkanskraft på människor. Frågor som varför människor upplever att instagram är den bästa kanalen för att dela med sig av så stora delar av sina liv och vilka behov som ligger bakom användningen är av intresse att besvaras. Det hade inte bara utgjort en värdefull grund för denna studie, utan även för flera studier relaterade till sociala medier.

## 8. Bilaga 1: Intervjuguide

- Bor du själv eller tillsammans med någon?
- Vad är din dagliga sysselsättning? Studerar eller jobbar du? Hur ser det ut idag under coronapandemin?
- Har du någon kärlekspartner?
- Hur ofta skulle du säga att du brukar träffa vänner utanför sociala medier? Hur har det förändrats nu under coronapandemin?
- Hur ofta skulle du säga att du brukar träffa din familj utanför sociala medier? Hur har det förändrats nu under coronapandemin?
- Upplever du att det finns personer i din omgivning som lyssnar och förstår dig? Att dina innersta tankar och känslor går att dela med någon?
- Vilka sociala medier brukar du använda i vardagen?
- Vilken mediekanal använder du mest? Varför? Har det förändrats nu under coronapandemin?
- Om du ska försöka göra en självskattning; Hur ofta använder du sociala medier på en dag? Har det förändrats nu under coronapandemin?
- Finns det några speciella stunder eller tillfällen där du alltid använder någon social mediekanal? En viss tidpunkt på dagen eller när du gör/inte gör något speciellt?
- Finns det några speciella stunder eller tillfällen där du aldrig använder någon social mediekanal? En viss tidpunkt på dagen eller när du gör/inte gör något speciellt?
- Vad är det huvudsakliga syftet med att du använder sociala medier?
- Vad gör du oftast på de sociala medier du använder? Pratar med vänner, publicerar eget innehåll eller scollar flöden?
- Anser du att sociala medier är bra för att hålla kontakt med vänner?
- Vilka mediekanaler upplever du är bäst respektive sämst för att hålla kontakt? Varför?
- Skiljer det sig beroende på relation? Använder du olika kanaler för olika sociala relationer? Varför?
- Upplever du att sociala medier kan påverka dig negativt i din vardag? Hur och varför?
- Vilka olika känslor och tankar brukar kunna uppstå när du använder sociala medier? Tänk både på när du scollar flödet, publicerar egna inlägg och chattar med vänner.

- Vilken betydelse upplever du att sociala medier har fått nu under coronapandemin?

### **Kompletterande frågor**

- Har du någon gång känt dig ensam när du använder någon social mediekanal? Kan du ge exempel på sådant tillfälle?
- Vad upplever du att ensamhetskänslan ofta beror på? Vad är det som väcker den känslan?
- Upplever du att ensamhetskänslan uppstår oftare eller mer sällan nu under coronapandemin?

## 6. Referenslista

Antheunis, M., Schouten, A. & Kraemer, E. (2014). The Role of Social Networking Sites in Early Adolescents' Social Lives. *Journal of Early Adolescence* 2016, Vol. 36(3) 348–371.

Banjanin, N., Banjanin, N., Dimitrijevic, I. & Pantic, I. (2015). Relationship between internet use and depression: Focus on physiological mood oscillations, social networking and online addictive behavior.

<https://www.sciencedirect-com.till.biblextern.sh.se/science/article/pii/S0747563214005925?via%3Dihub>

Berryman, C., Ferguson, C. & Negy, C. (2017). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatr Quarterly*, Vol. 89, 307–314 (2018).

Bolin, G., Bengtsson, S., Forsman, M., Jakobsson, P., Johansson, S. & Ståhlberg, P. (2016). *Medielandskap och mediekultur: en introduktion till medie- och kommunikationsvetenskap.*

Brandy M. J. & Kit C. M. (2019). Intimacy, rapport, and exceptional disclosure: a comparison of in-person and mediated interview contexts. *International Journal of Social Research Methodology*, 22:2, 165-177.

Bryman, A. (2018). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Kap 3, s. 269-271.

Castells, M. (2012). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.

Datainspektionen. (u.å). *Känsliga personuppgifter*.

<https://www.datainspektionen.se/lagar--regler/dataskyddsförordningen/kansliga-personuppgifter/>

[Hämtad 2020.05.20]

Davis, M. (2013). Hurried lives: Dialectics of time and technology in liquid modernity. *Thesis Eleven*, Vol 118 (1), 7-18.

Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., Towns, A. & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (5:e uppl).

Facebook. (u.å). *Använda facebook*.



[https://www.facebook.com/help/?helpref=hc\\_global\\_nav](https://www.facebook.com/help/?helpref=hc_global_nav) [Hämtad 2020.04.21]

GIH. (2020). Ensamheten ökar hos unga.

<https://www.forskning.se/2020/02/11/ensamheten-okar-hos-unga/> [Hämtad 2020.04.01]

Gripsrud, J. (2011). Mediekultur och mediasamhälle. Kap 2.

Hansen, A. (2019). Skärmhjärnan: hur en hjärna i osynk med sin tid kan göra oss stressade, deprimerade och ångestfyllda.

Hutchby, I. (2000). *Conversation and Technology*.

Häkkinen, L. (2020). Löfvens tal till Sverige på första maj. Svt.

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/lofvens-tal-till-sverige-pa-forsta-maj> [Hämtad 2020.05.01]

Instagram. (u.å). Helpcenter - använd Instagram.

<https://help.instagram.com/> [Hämtad 2020.04.20]

Jones, E. (2019). Är ensamheten bland unga vuxna en ny epidemi? DN.

<https://www.dn.se/nyheter/sverige/ar-ensamheten-bland-unga-vuxna-en-ny-epidemi/> [Hämtad 2020.04.23]

<https://www.1177.se/Vasternorrland/liv--halsa/psykisk-halsa/ensamhet-skadar-var-halsa/> [Hämtad 2020.03.21]

Kardefelt-Winter, D. (2017). How does the time children spend using digital technology impact their mental well-being, social relationships and physical activity? Unicef.

Kaun, A. & Schwarzenegger, C. (2014). "No media, less life?" Online disconnection in mediatized worlds. *First Monday* 19:11.

Lee, J., Moore, D. & Park, E. (2012). Who wants to be 'friend-rich'? Social compensatory friending on Facebook and the moderating role of public self-consciousness. *Computers in Human Behavior*, Vol 28, No 3, s.1036–1043.

McQuail, D. (2010). Mass communication theory. London: SAGE Publications Inc

Moretta, T. & Budo, G. (2020). Problematic Internet Use and Loneliness: How Complex Is the Relationship? A Short Literature Review. *Curr Addict Rep* (2020).

NE. (u.å). Sociala medier.

<https://www.ne.se/upplagsverk/encyklopedi/1%C3%A5ng/sociala-medier> [Hämtad 2020.05.12]

Nie, N. & Hillygus, D. (2002). The impact of Internet use on sociability: Time-diary findings. *It & Society*, 1: 1–20.

Nowland, R., Necka, E. & Cacioppo, J. (2017). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, Vol 13, No 1. s. 70-87.

O'Reilly, M., Dogra, N., Whiteman, N., Hughes, J., Eruyar, S. & Reilly, P. (2018). Is social media bad for mental health and wellbeing? Exploring the perspectives of adolescents. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, Vol 23, No 4. s. 601-613.

Pittman, M. & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in human behavior*, Vol 62, s. 155-167.

Primack, B., Shensa, A., Sidani, J., Whaite, E., Lin, L., Rosen, D. & Miller, E. (2017). Social media use and perceived social isolation among young adults in the U.S. *American Journal of Preventative Medicine*, 53, s. 1–8.

Snapchat. (u.å). Så använder du Snapchat.

<https://support.snapchat.com/sv-SE/article/how-to-use-snapchat> [Hämtad 2020.04.23]

Steinfeld, C., Ellison, N. & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: a longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, s. 434–445.

Strang, P. (2014). Att höra till: om ensamhet och gemenskap. Kap 5.

Svenskarna och internet. (2019). Antalet användare av sociala medier börjar plana ut.

<https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2019/sociala-medier/> [Hämtad

2020.03.23]

Thelander, K. (2020). *Ensamhet dödar - ofrivillig ensamhet i Sverige*. Arenagruppen.

<https://arenaide.se/ensamhet-som-dodar-ofrivillig-ensamhet-sverige/> [Hämtad 2020.04.27]

Turkle, S. (2017a). *Tillbaka till samtalet: samtalets kraft i en digital tid*.

Turkle, S. (2017b). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. New York, NY: Basic Books.

Valkenburg, P. M. & Peter, J. (2009). Social consequences of the Internet for adolescents: A decade of research. *Current Directions in Psychological Science*, Vol 18, No 1, s.1-5.

Vally PhD, Z. & D'Souza MSc, C. (2019). Abstinence from social media use, subjective well-being, stress, and loneliness. *Perspect Psychiatr Care*, Vol 55, No 4, s.752-759.

Vetenskapsrådet. (u.å). *Forskningsetiska principer inom humanistisk och samhällsvetenskaplig forskning*.

<http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf> [Hämtad 2020.05.04]

Wahlström, B. (2018). *Ensamhet - vår tids folksjukdom?*

<https://www.hbl.fi/artikel/ensamhet-var-tids-folksjukdom/> [Hämtad 2020.04.04]

Weller, S. (2017). Using internet video calls in qualitative (longitudinal) interviews: Some implications for rapport. *International Journal of Social Research Methodology*, s.1–13.

Woods, H. & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, Vol 51, s.41-49.

Ye, Y. & Lin, L. (2015). Examining Relations between Locus of Control, Loneliness, Subjective Well-Being, and Preference for Online Social Interaction. *Psychological Reports*, Vol 116, No 1, s.164-175.