

#StyrPåSoMe

ER SOCIALE MEDIER
FAKTISK EN TRUSSEL
MOD UNGES TRIVSEL?

Er sociale medier faktisk en trussel mod unges trivsel?

Nord 2019:026

ISBN 978-92-893-6164-4 (PDF)

ISBN 978-92-893-6165-1 (EPUB)

<http://dx.doi.org/10.6027/Nord2019-026>

© Nordisk Ministerråd 2019

Hovedforfattere

Happiness Research Institute:

Michael Birkjær og Micah Kaats

Redaktion

Nordisk Ministerråd:

Ulf Andreasson og Truls Stende

Happiness Research Institute:

Meik Wiking, Anne Henderson, Alejandro Cencerrado,

Isabella Arendt Vlasman, Rebekka Louisa Drude Andersen og

Alexander Gamerdinger

Layout: Jette Koefoed

Fotos: Unsplash.com

Det nordiske samarbejde

Det nordiske samarbejde er en af verdens mest omfattende regionale samarbejdsformer. Samarbejdet omfatter Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige samt Færøerne, Grønland og Åland.

Det nordiske samarbejde er både politisk, økonomisk og kulturelt forankret, og er en vigtig medspiller i det europæiske og internationale samarbejde. Det nordiske fællesskab arbejder for et stærkt Norden i et stærkt Europa.

Det nordiske samarbejde ønsker at styrke nordiske og regionale interesser og værdier i en global omverden. Fælles værdier landene imellem er med til at styrke Nordens position som en af verdens mest innovative og konkurrencedygtige regioner.

Nordisk Ministerråd

Nordens Hus

Ved Stranden 18

1061 København K

www.norden.org

Download nordiske publikationer: www.norden.org/nordpub

#StyrPåSoMe

ER SOCIALE MEDIER FAKTISK EN TRUSSEL MOD UNGES TRIVSEL?

Denne rapport undersøger sammenhængen mellem de unges brug af sociale medier og deres trivsel. Rapporten demonstrerer, at unges online-liv og offline-liv hænger uløseligt sammen, og at det er nødvendigt at fokusere på, *hvilke* medier de unge bruger, *hvordan* de bruger dem, og *hvilke* fællesnævnerne de unge, som er mest udsatte online, har.

Indhold

7	Forord
8	Sammenfatning
11	Indledning
15	Unge er digitalt forbundne, men ensomheden ulmer
21	De digitale her-og-nu-følelser
29	Online adfærd og offline trivsel
39	Fremtidens sociale medier skal understøtte det gode ungeliv
41	Bibliografi

”

**At tale trivsel ift. sociale medier
bliver ofte til en kamp mellem
teknologientusiaster og
teknologiforskrækkede.
Vi har brug for flere nuancer.**

Anne Mette Thorhauge, lektor på Københavns Universitet,
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Forord

De nordiske samarbejdsministre har sat som mål, at Norden skal være det bedste sted i verden for børn og unge. Vi ved dog samtidig, at der findes en del unge i Norden, som ikke er lykkelige – også selv om forskellige rapporter viser, at befolkningerne i de nordiske lande samlet set er blandt de lykkeligste i verden.

Et højaktuelt spørgsmål er, hvordan den øgede anvendelse af sociale medier påvirker os. Sociale medier er blevet en vigtig og integreret del af unges hverdag og samvær, og langt de fleste unge bruger meget tid på forskellige platforme såsom Facebook, Snapchat og Instagram. På den baggrund har Nordisk Ministerråd villet belyse spørgsmålet om, hvordan unges anvendelse af sociale medier påvirker deres trivsel og oplevelse af lykke.

Hensigten med denne rapport er at bidrage til en øget forståelse af, hvordan unges brug af sociale medier hænger sammen med, hvordan de har det. Mere viden på området bidrager til, at vi kan styrke arbejdet for at forbedre de unges liv i Norden.

Jeg vil gerne takke Michael Birkjær og Micah Kaats ved *Happiness Research Institute*, som har skrevet rapporten på opdrag af analyse- og statistikenheden ved Nordisk Ministerråds sekretariat. Rapporten indgår i enhedens rapportserie, som skal belyse forskellige emner, der er vigtige ud fra et nordisk perspektiv.

København, juni 2019

Paula Lehtomäki

Generalsekretær

Nordisk Ministerråd

Sammenfatning

Unge i Norden er storforbrugere af sociale medier, og der foregår løbende en offentlig debat om, hvorvidt dette forbrug er skadeligt for unges trivsel. Det er vigtigt, at vi baserer debatten på et faktuel og nuanceret grundlag, men i både forskningen og populærlitteraturen skæres sociale medier ofte over en kam. Der skelnes sjældent mellem, hvem der bruger de sociale medier, eller hvordan medierne bruges. Herudfra laves ofte generaliseringer, som kan give grobund for myter om de sociale mediers effekt på unges trivsel.

Denne rapport undersøger sammenhængen mellem unges trivsel og deres forbrug af sociale medier. Er unges voksende tidsforbrug på sociale medier og foran skærmen en trussel imod deres mentale helbred og en hindring for deres deltagelse i ikke-digitale fællesskaber i samfundet?

Rapportens hovedkonklusion er, at vi ikke kan dømme forbruget af sociale medier som noget entydigt positivt eller negativt for unges trivsel, uden at vi forholder os til en række helt specifikke forhold, som nuancerer billedet væsentligt. For helt at forstå de sociale mediers effekt må vi forholde os til følgende spørgsmål:

- 1. Hvem bruger de sociale medier?** Unge mennesker er ikke én stor homogen gruppe, og nogle unge er mere sensitive over for effekterne af de sociale medier end andre. Effekterne varierer afhængigt af alder, køn og særlig kvaliteten af unges offline-relationer.
- 2. Hvordan bruges de sociale medier?** Man kan bruge de sociale medier på mere end én måde. I denne rapport har vi skelnet mellem aktivt brug (aktiviteter, som faciliterer direkte kommunikation med andre) og passivt brug (forbrug af indhold uden direkte kommunikation med andre), og vi finder, at måden, som unge bruger de sociale medier på, er afgørende for at fastslå mediernes effekter.
- 3. Hvilken social medieplatform bruges der?** I mange store undersøgelser om sociale mediers effekt skelner de anvendte data ikke mellem de forskellige platforme, men indeholder blot overordnet information om, hvor hyppigt sociale medier bruges. I denne rapport demonstrerer vi imidlertid, at forholdet mellem unges trivsel og deres forbrug af sociale medier især afhænger af, hvilken medieplatform de anvender.
- 4. Hvor lang tid bruges de sociale medier?** På trods af, at hovedkonklusionen er, at unges tidsforbrug på sociale medier for det meste kun har begrænset indvirkning på deres trivsel, kan et større online tidsforbrug i visse sammenhænge forstærke effekten af at bruge sociale medier, og et ekstremt højt forbrug synes ubetinget at være forbundet med mistrivsel. Her er det dog særligt vigtigt at have øje for kausaliteten. Vi ved nemlig ikke, om ekstremt forbrug fører til mistrivsel, eller om mistrivsel fører til ekstremt forbrug.

Når vi tager højde for de ovennævnte betingelser, finder vi en række betydelige effekter, som er knyttet til unges forbrug af sociale medier:

- Unge piger har sværere ved at undvære sociale medier end unge drenge.
- Unge drenge, som bruger sociale medier dagligt, er ikke mindre tilfredse med deres liv, end drenge som ikke bruger medierne dagligt.
- Unge piger, som bruger sociale medier dagligt, er mindre tilfredse med deres liv, men dette gælder kun, hvis de samtidig oplever ringe emotionel støtte fra deres forældre.
- Når unge bruger Facebook til at kigge på deres venners profiler, føler de sig i selve situationen mindre interesserede og stolte og mere ensomme og skamfulde.
- Når unge bruger Facebook til at dele links, føler de sig i selve situationen mere glade og stolte og mindre ensomme.
- Unge der primært bruger sociale medier aktivt (til at kommunikere direkte med andre), ses generelt oftere med venner offline og deltager oftere i frivilligt arbejde og i kulturlivet.
- For unge, der bruger Snapchat og Instagram, observerer vi et paradoks. At bruge mere tid på Snapchat, og Instagram, er nemlig forbundet med lavere livskvalitet, negativ social sammenligning og mindre tillid til andre mennesker, men er samtidig forbundet med øget social aktivitet.
- Selvom tidsforbruget på sociale medier generelt kun har svag indvirkning på trivslen, synes de der bruger sociale medier oftest at være mindre tilfredse med deres liv og mere tilbøjelige til negativ social sammenligning.

Vores resultater demonstrerer, at det er umuligt at fælde en dom over sociale medier, hvis ikke vi samtidig forholder os til den kontekst de bruges i. Unges online-liv hænger uløseligt sammen med deres offline-liv, og deres brug af sociale medier afspejler deres øvrige sociale liv og trivsel.

Denne rapport udmunder derfor ikke i konkrete anbefalinger for, hvor lang tid unge maksimalt bør bruge på sociale netværkssider. Det er forfatterne overbevisning, at resultaterne fra både denne rapport og forskningsfeltet generelt endnu ikke har kvalificerede svar på dette spørgsmål. Selvom vi finder, at et ekstremt højt forbrug af sociale medier er negativt forbundet med unges trivsel – og derfor er noget, vi skal forholde os alvorligt til – så kan skærmtiden ikke stå alene som en pålidelig indikator for, hvordan sociale medier påvirker unges trivsel. Anbefalingen fra forfatterne er derfor, at vi retter et større fokus mod de øvrige betingelser med relation til unges brug af sociale medier for derved at opnå større forståelse for, hvordan deltagelse i sociale netværk både kan begrænse og muliggøre gode ungeliv i Norden.

”

**Vi har ikke nok forskning
fra de nordiske lande om,
hvordan sociale medier
påvirker unges trivsel.**

Laura Sillanpää, sociolog og projektleder ved
The Finnish Society on Media Education



Indledning

Nærmest enstemmigt peger anerkendte internationale undersøgelser og rapporter på de nordiske befolkninger som verdens lykkeligste,¹ og vores samfund beundres for dets evne til at omsætte økonomisk velstand til menneskelig velfærd. Men – som i flere andre lande i den vestlige verden – oplever også vi i Norden, at der er en betydelig ulighed i samfundet mellem dem, som trives, og dem, som mistrives.² I de senere år er der foregået en social erosion i de nordiske fællesskaber, som er begyndt at true den sammenhængskraft, der tidligere har været så kendetegnende for verdens lykkeligste region.

Selvom de nordiske befolkninger er verdens lykkeligste, er der også i Norden en betydelig ulighed mellem dem, som trives, og dem, som mistrives. Mistrivslen er relativt høj blandt unge.

Den stigende ulighed og mistrivsel i Norden kortlagde vi i 2018 i rapporten *Skyggen af Lykken*. Her fandt vi, at det især er unge mennesker, der mistrives. Derudover viser ny forskning til brug for denne rapport, baseret på repræsentative data for 15–16-årige, at ensomheden er steget betydeligt blandt teenagere i Norden siden år 2000.³

Disse bekymrende tendenser kræver en forklaring. Denne rapport er udarbejdet ud fra et ønske om at nå frem til en dybere forståelse af dynamikkerne, der skaber mistrivsel for unge i Norden, og at søge svar på, hvordan vi kan tackle disse udfordringer bedre i fremtiden. Det gør vi ved at undersøge én af de bemærkelsesværdige adfærdssændringer i vor tid: de sociale mediers indtog. Over hele verden – og særligt i Norden – fylder sociale medier mere og mere i de unges hverdag.

Online sociale netværk har en lang række funktioner, men er primært designet til at forbinde mennesker med hinanden. Alene af den grund burde sociale medier faktisk være en udpræget god tilføjelse til vores liv. En af de mest robuste og klareste konklusioner fra generel lykkeforskning er nemlig, at sociale interaktioner og sociale forhold er altafgørende for vores trivsel.⁴ Alligevel er det stærkt omdiskuteret, hvorvidt unge mennesker reelt opnår større social forbundethed og trivsel ved brug af sociale medier. Forskerne på feltet er ofte meget uenige. Nogle undersøgelser viser betydelige negative effekter⁵, andre finder positive effekter⁶, og så er der undersøgelser, der ikke finder nogen effekter overhovedet.⁷

En af de største udfordringer inden for dette forskningsfelt er, at vi ved relativt lidt om, hvordan unge bruger deres tid på de sociale medier. Størstedelen af de offentligt tilgængelige data indeholder kun generel information om sociale medier og indbefatter ikke data for de samme unge over et længere tidsrum. Det kan gøre det svært at afgøre, om forbruget af sociale medier faktisk forårsager mistrivsel

De unge er storforbrugere af sociale medier. Hvordan det påvirker deres trivsel, ved vi relativt lidt om.

¹ Helliwell, J., Layard, R. & Sachs, J. (2019). *World Happiness Report 2019*, New York: Sustainable Development Solutions Network; <https://worldhappiness.report/ed/2019/>; OECD (2017). *How's Life? 2017: Measuring Well-being*. OECD Publishing, Paris. https://dx.doi.org/10.1787/how_life-2017-en

² Birkjær, M. (2018). *Skyggen af Lykken*, analyse nr 01/2018, Nordisk Ministerråd.

³ PISA-data er data indhentet på <https://www.oecd.org/pisa/data>. De omhandler unge i alle de fem nordiske lande fra 2000 til 2015.

⁴ Diener, E., & Biswas-Diener, R. (2018). Social Well-Being: Research and Policy Recommendations. In *Global Happiness Policy Report 2018*. <http://www.happinesscouncil.org/>

⁵ Kross, E., et al. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8 (8), e69841; Shalva, H. B., & Christakis, N. A. (2017). Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185 (3), 203–211.

⁶ Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.

⁷ Jensen, M., George, M., Russell, M., & Odgers, C. (2019). Young Adolescents' Digital Technology Use and Adolescents' Mental Health Symptoms: Little Evidence of Longitudinal or Daily Linkages (publication forthcoming); Orben, A., Dienlin, T., & Przybylski, A. K. (2019). Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 201902058.

blandt unge, eller om mistrivsel forårsager et øget forbrug. Faktum er, at vi ved relativt lidt om, hvordan brugen af sociale medier påvirker de unges trivsel.⁸

På denne baggrund søger denne rapport svar på følgende spørgsmål: Hvad er betingelserne for, at brug af sociale medier kan skabe trivsel eller mistrivsel? Hvad kan vi lære om de forskellige unge mennesker, der deltager i online sociale netværk? Og hvordan kan vi nå frem til en bedre forståelse af disse dynamikker i fremtiden?

Metode

Denne undersøgelse fokuserer på unge i de nordiske lande og er hovedsageligt baseret på en survey, vi selv har gennemført, samt repræsentative data fra PISA.

Denne rapport består af en række analyser gennemført af *Happiness Research Institute* og har sit primære fokus på unge (14–29-årige) i de nordiske lande (Danmark, Finland, Island, Norge og Sverige).

Denne rapportens indhold og konklusioner baserer sig primært på to kilder: (1) En uafhængig undersøgelse, vi selv gennemførte, baseret på 1.160 14–29-årige unge, og (2) en analyse af repræsentative PISA-data, baseret på omkring 77.600 unge respondenter (15–16-årige) fra Norden.

Kvantitativ undersøgelse

For at kaste lys over forholdet mellem forbrug af sociale medier og trivsel har *The Happiness Research Institute* designet og udarbejdet en undersøgelse i marts 2019 med støtte fra Nordisk Ministerråd. Respondenterne, som deltog i undersøgelsen, blev rekrutteret fra Facebook og blev bedt om at besvare en række spørgsmål om deres nuværende humør (om de følte sig *glade, ensomme, forbundne, interesse-rede, urolige, stolte, skamfulde* eller om de *kedede sig*).⁹ Disse spørgsmål er inspireret af den hyppigt anvendte affektskala, *Positive and Negative Affect Scale*, og spørgsmålene, som benyttes af Office for National Statistics til landsdækkende spørgeskemaer om subjektiv trivsel i Storbritannien.¹⁰ Efterfølgende spurgte vi ind til, hvad respondenterne havde foretaget sig på Facebook, umiddelbart inden de påbegyndte vores spørgeskema. Målet med denne del af undersøgelsen var at afdække eventuelle væsentlige sammenhænge mellem specifikke digitale aktiviteter på Facebook og de unges velbefindende i øjeblikket.¹¹ Resultaterne fra denne del af undersøgelsen gennemgår vi i kapitlet "De digitale her-og-nu-følelser".¹²

I undersøgelsens anden del blev respondenterne desuden stillet spørgsmål rettet mod mere generelle forhold, såsom generel livstilfredshed, social sammenligning, social aktivitet, tillid til andre mennesker, deltagelse i kulturlivet, frivilligt arbejde, overordnet forbrug af sociale medier samt en række demografiske karakteristika.¹³ Vi har benyttet disse data – kombineret med repræsentative data for unge 15–16-årige i Norden, som vi udleder af PISA-data – til en analyse, som fremgår af kapitlet "Online adfærd og offline trivsel".¹⁴ På denne måde bevæger vi os fra en diskussion af, hvordan sociale medier er forbundet med øjeblikkelige følelser, til en

⁸ Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.

⁹ Affekt-skalaen brugt i dette studie har 8 items, og viser en høj grad af intern konsistens. Cronbach's alpha = 0,84.

¹⁰ OECD (2013). ANNEX A, Illustrative examples of subjective well-being measures. In *OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being*. Paris: OECD Publishing. Fås på: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK189562/>.

¹¹ Dette studie er inspireret af Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014). Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 35, 359–363.

¹² Sample size for denne del af analysen er cirka 850.

¹³ Sample size for denne del af analysen er cirka 1.160; Spørgsmålene i spørgeskemaet var randomiserede for at beskytte mod bias (order effects). Derudover var alle spørgeskemaerne professionelt oversat til dansk, finsk, islandsk, norsk og svensk af AdHoc Translations.

¹⁴ Sample size for denne del af analysen (PISA) er cirka 18.000 og dækker over data for 2015.

diskussion af sammenhængen mellem sociale medier og unges generelle livskvalitet. Mere information om undersøgelsens udformning og kontrolvariablerne findes i vores online appendiks.

Kvalitativ undersøgelse

I forbindelse med udarbejdelsen af denne rapport og analyserne i den har vi også interviewet en række eksperter på området.¹⁵ Formålet med disse interviews har dels været at hjælpe os med at navigere i et komplekst felt og at sikre, at vi identificerer de væsentligste områder for vores analyse, og dels at kvalificere og nuancere nogle af vores kvantitative resultater.

Analysens begrænsninger

Vores analyse har som minimum tre vigtige begrænsninger, som læseren skal være opmærksom på.

Først og fremmest er vores egen undersøgelse af 1.160 unge i Norden ikke tænkt som en repræsentativ undersøgelse af, hvordan alle unge mennesker bruger sociale medier. Da alle deltagerne er rekrutteret direkte via Facebook og primært består af unge kvinder (82 %), så benytter vi ikke disse data til at fremvise proportioner, gennemsnit eller frekvenser, som kunne antyde at vores observationer er repræsentative for alle unge i Norden. I stedet bruger vi regressionsanalyser til at kontrollere for iboende skævvridninger i vores data og til at præsentere kvalificerede sammenhænge mellem de unges specifikke digitale aktiviteter og deres subjektive trivsel. Til at præsentere mere repræsentative sammenhænge om unges generelle sociale medievaner benytter vi vores analyse af PISA-data og analyser af data fra Eurostat samt data fra nationale statistikbureauer.

Derudover fokuserer denne rapport primært på unge i de fem nordiske lande, men til nogle specifikke analyser har vi tilføjet øvrige observationer til vores sample ved at inkludere respondenter fra Canada, Storbritannien og USA. Disse tilføjelser påpeges i rapporten og vores online appendiks, når de anvendes. Vi har også gennemført et robusthedstjek af de fundne data ved at inkludere respondenter over 29 år. Resultaterne fra disse analyser findes ligeledes i vores online appendiks og afspejler i det store og hele resultaterne i denne rapport.

Endelig er det vigtigt ikke at overfortolke konklusionerne i denne rapport som evidens for kausalitet. Selv med de mest avancerede statistiske metoder kan vi ikke udelukke muligheden for, at det er unges trivsel, som påvirker deres forbrug af sociale medier, og ikke den anden vej rundt. Vi vender tilbage til dette problem i de følgende kapitler.

Online appendiks

Vores online appendiks til denne rapport kan indhentes på: www.happiness-researchinstitute.com. Specifikke spørgsmål relateret til data og metode skal rettes til Michael Birkjær og Micah Kaats.

¹⁵ Vi har interviewet følgende eksperter: Anne Mette Thorhauge, lektor på Københavns Universitet, Institut for Medier, Erkendelse og Formidling, Laura Sillanpää, sociolog og projektleder ved The Finnish Society on Media Education, Göran Bolin, PhD, Södertörn University, Media and Communication Studies, Christopher Holmberg, PhD, assistant professor at the Institute of Health and Care Sciences, University of Gothenburg, Niamh Ni Bhroin, Researcher and Coordinator, Department of Media and Communication, University of Oslo, Tea Kristiansen, Master's in media studies, social media professional, Tijana Milosevic, PhD in Communication, Postdoctoral Fellow in Department of Media and Communication at University of Oslo og Elisabeth Starksrud, PhD Department of Media and Communication, University of Oslo. Udover eksperterne har vi interviewet repræsentanter for et udsnit af velgørhedsorganisationer i de nordiske lande, blandt andre Unicef, Folkekirkens Nødhjælp Ungdom (DK) og Dyslexia Norway (NO).

A person with long, light-colored hair is seen from behind, walking away on a snowy path at night. They are wearing a dark, quilted jacket and dark pants. The background is a blurred, snowy landscape with some distant lights.

”

Når det handler om unge, så kan deres sociale liv og deres liv på sociale medier ikke adskilles, men hænger uløseligt sammen.

Laura Sillanpää, sociolog og projektleder ved The Finnish Society on Media Education

Unge er digitalt forbundne, men ensomheden ulmer

1

I dette kapitel undersøger vi to parallelle trends: Stigningen i forbruget af sociale medier blandt unge og stigningen i ensomhed blandt unge. Vi forholder os derefter til, hvad den aktuelle forskning har at sige om sammenhængen mellem disse to trends.

Sociale medier er ekstremt populære i Norden

I dag er stort set alle unge i Norden at finde på sociale medier. En undersøgelse af brugen af sociale medier med data fra Danmark, Finland, Norge og Sverige fra 2017 viser for eksempel, at langt de fleste unge i Norden mellem 15–25 er meget aktive på flere sociale medieplatforme (Figur 1.1).

Næsten alle unge i Norden bruger sociale medier, og de tilbringer mange timer på dem hver dag.

Særligt i Danmark oplyser en fjerdedel af de 15-årige piger, at de bruger mindst fire timer om dagen på sociale netværk og andre former for digital kommunikation, mens det gælder for hver femte af de 15-årige drenge.¹⁶

Hvilke platforme, der forbruges mest, varierer en del blandt landene, men Facebook, Instagram og YouTube anvendes af størstedelen af de unge i samtlige nordiske lande. Særligt Facebook synes at være ekstremt populært, idet mellem 85 % og 95 % af de unge i Norden regelmæssigt benytter sig af denne platform.¹⁷

Forbruget af sociale medier er også væsentligt højere blandt unge i Norden sammenlignet med resten af Europa. Ifølge Eurostats tal fra 2011–2018 ligger de nordiske unge (16–24 år) langt over det europæiske gennemsnit i forbruget af sociale medier (Figur 1.2). Og hvert år, siden disse data blev gjort tilgængelige, har mindst tre ud af fem nordiske lande hvert år ligget i top-5 blandt de europæiske lande, hvad angår forbruget af sociale medier blandt unge.¹⁸

De nordiske unge bruger i gennemsnit sociale medier langt mere end andre europæiske unge.

Forbruget af sociale medier er også steget i de nordiske lande i de senere år, men stigningen skyldes primært, at de ældre generationer er "kommet med på vognen" (Figur 1.3). Faktisk har tilslutningen blandt de unge (16–24 år) været påfaldende konstant siden 2011 og frem til i dag.

Eurostat har desværre ikke data om brugen af sociale medier fra før 2011, men givet mediernes relativt korte eksistens, synes det at være en rimelig antagelse, at den enorme tilslutning blandt unge til de sociale netværk har vist sig meget hurtigt efter, at platformene blev etableret.

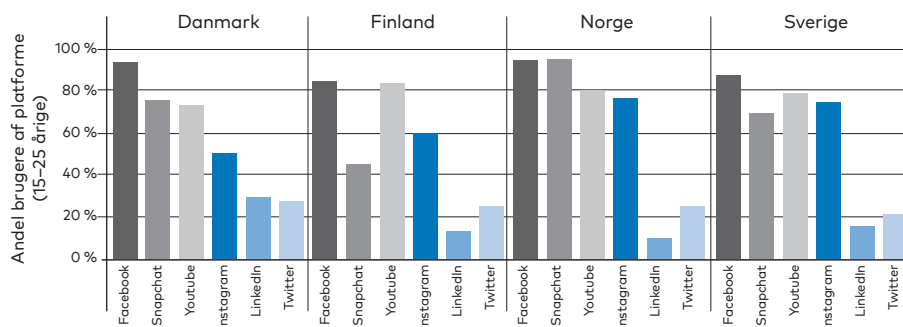
¹⁶ Rasmussen, M., et al. (2019). Skolebørnsundersøgelsen 2018: Statens Institut for Folkesundhed.

¹⁷ Island indgår ikke i undersøgelsen fra AudienceProject.

¹⁸ Eurostat måler unges deltagelse i sociale netværk i de seneste tre måneder. Der findes ingen data for 2012 eller for Island i 2015 og 2016, men Island har ligget på førstepladsen alle år undtagen 2011, hvor landet lå nummer 2 efter Norge, og Island ville derfor sandsynligvis blot trække det nordiske gennemsnit endnu højere op, hvis vi havde tilgængelige data for landet fra alle år.

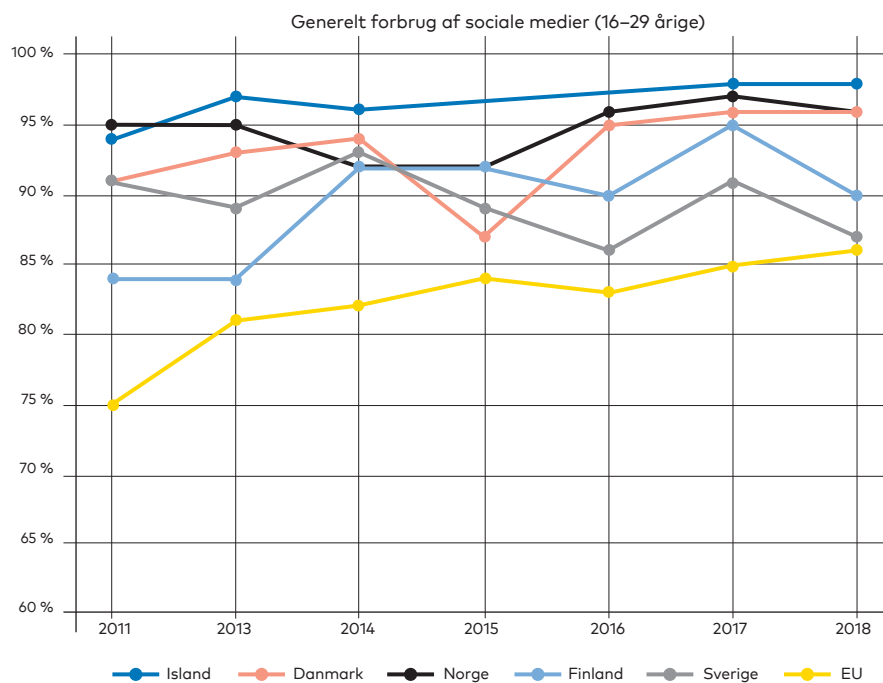
Figur 1.1
Langt de fleste unge i Norden bruger sociale medier.

Kilde: AudienceProject (2017)



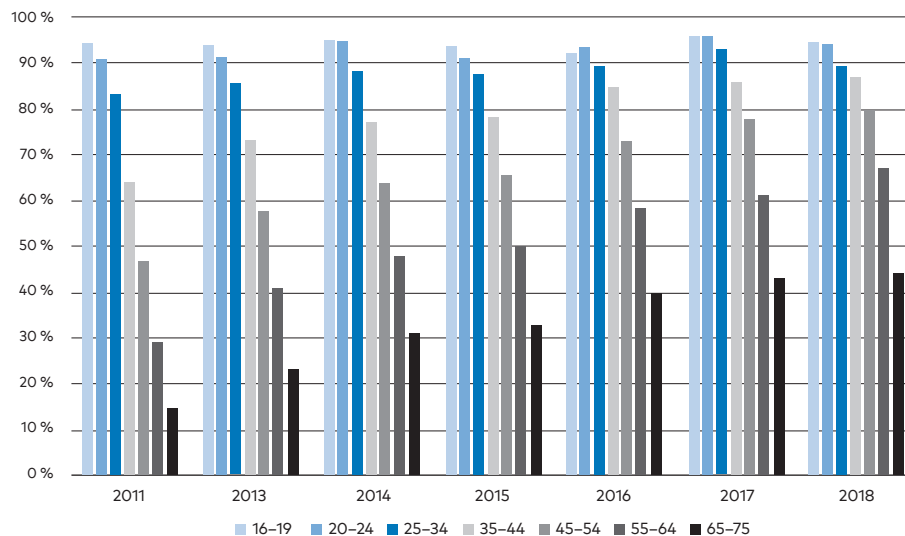
Figur 1.2
Unge i de fem nordiske lande ligger langt over det europæiske gennemsnit for brug af sociale medier.

Kilde: Eurostat (2018)



Figur 1.3
Forbruget af sociale medier er vokset i Norden siden 2011.

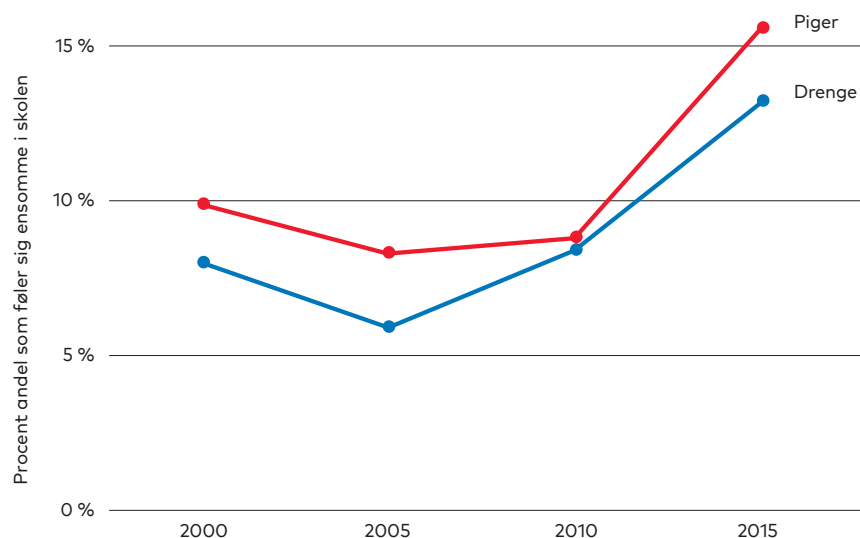
Kilde: Eurostat (2018)



Ensomheden stiger

I de senere år er ensomheden også steget blandt unge i Norden. Nationale data fra Sverige viser for eksempel en stigning i andelen af unge, som ikke har nogen nære venner fra 4,8 % til 6,8 % i perioden 2008–2017.¹⁹ Og i Danmark ser vi en tilsvarende stigning blandt unge som føler sig ufrivilligt alene fra 7,3 % til 9,4 % i perioden 2010–2017.²⁰

Data fra PISA viser også, at andelen af 15–16-årige i alle nordiske lande, som føler sig ensomme i skolen, var under 10 % frem til 2012, hvorefter den steg til 15,6 % blandt piger og 13,2 % blandt drenge (Figur 1.4).



Ensomheden blandt unge i Norden er steget. Det viser flere undersøgelser.

Figur 1.4
Udviklingen i andelen af unge (15–16-årige i Norden) som føler sig ensomme i skolen – fra 2000 til 2015.

Kilde: PISA (2015)

Ekspert er uenige om effekterne af sociale medier

At to trends er parallelle er ikke nødvendigvis evidens for kausalitet. Det er derfor stadig et spørgsmål, om disse to trends – det stigende forbrug af sociale medier og den stigende ensomhed – faktisk hænger sammen? På trods af en fortsat stigende almen interesse for de psykiske effekter af sociale medier, så er forskere på området splittede i spørgsmålet om dette forhold.

Er sociale medier en trussel mod unges trivsel?

På den ene side står forskere, der mener, at evidensen klart peger i én retning. I en række udbredte artikler og bøger udpeges sociale medier og digital teknologi som helhed ofte som værende skyld i de observerede fald i unges trivsel og den stigende ensomhed.²¹

Undersøgelser baseret på store repræsentative datasæt fra Storbritannien og USA peger på en sammenhæng mellem unges forbrug af sociale medier og lavere selvtilid, lavere livstilfredshed, dårligere humør, øget forekomst af

Nogle forskere mener, at sociale medier og digital teknologi bidrager til ringere trivsel og flere mentale sundhedsproblemer hos unge. De ser blandt andet en sammenhæng mellem øget forbrug af sociale medier og depressioner.

¹⁹ Den Nationale Sundhedsprofil (2017). <http://www.danskernessundhed.dk/>

²⁰ Statistics Sweden (2017), <https://www.scb.se/>

²¹ Twenge, J. M. (2017). Have Smartphones Destroyed a Generation? *The Atlantic*: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>; Hymas, C. (2018). Social media is making children regress to mentality of three-year-olds, says top brain scientist. *The Telegraph*. <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/08/05/social-media-regressing-children-mentality-three-year-olds-says/>

depressioner og sågar selvmord.²² Det hævdes, at sociale medier har negativ indvirkning på unges sociale interaktioner, deres empati og personlige identitetsfølelse.²³

Dette argument understøttes endvidere af forskning fra *Royal Society for Public Health*, som i 2017 udgav en rapport, der fik enorm medieopmærksomhed, da den konkluderede, at Instagram er den værste platform for unges mentale sundhed.²⁴

Kritik af manglende fokus på nuancer i brugen af sociale medier

Nogle forskere mener, at forskningen på feltet ikke er solid nok til at fastslå en sammenhæng mellem mistrivsel og forbrug af sociale medier. De mener blandt andet, at datasættene ikke er detaljerede nok til klart at fastslå, hvorvidt det er forbruget af sociale medier, der forårsager mistrivsel, eller vice versa.

Disse konklusioner er dog ikke ukontroversielle. På den anden side står nemlig forskere som mener, at disse konklusioner om de sociale mediers konsekvenser for unges trivsel hviler på et noget tyndt grundlag.²⁵

Et kritikpunkt går på, at de store datasæt, som er blevet anvendt, ikke er detaljerede nok til at understøtte en pålidelig statistisk forskning. I "Monitoring the Future", som er et af de mest anvendte datasæt i litteraturen, bliver studerende eksempelvis spurgt, hvorvidt de bruger sociale medier "aldrig", "et par gange om året", "1–2 gange om måneden", "en gang om ugen" eller "næsten dagligt". I de seneste mange år har det store flertal blandt de unge stort set kun placeret sig i den sidste kategori. Forskning baseret på denne slags spørgsmål er derfor i bedste fald utilstrækkelige og måske endda vildledende.²⁶

Endvidere har 10 minutter, som bruges på at kigge på billeder af kendte på Instagram, givetvis ikke samme indvirkning på trivslen, som hvis man bruger 10 minutter på at skrive med sine venner på Facebook. Når vi kun forholder os overordnet til den tid, som unge bruger på sociale medier, bliver der således ikke taget højde for disse vigtige nuancer.

Sociale medier er måske ikke værre end at spise kartofler

En anden kritik af forskningsresultaterne går på, at der er væsentlig forskel på *statistisk signifikans* og *praktisk signifikans*. *Statistisk signifikans* er det, som forskere (og forfatterne til denne rapport) betegner som en valid og sikker sammenhæng mellem variabler. *Statistisk signifikans* fortæller os, at to variabler (for eksempel stigende Facebook-brug og stigende mistrivsel) hænger sammen, og at sammenhængen sandsynligvis ikke skyldes tilfældigheder. Den statistiske signifikans i sig selv fortæller dog intet om, hvor betydningsfuld denne sammenhæng er i praksis. Hvor alvorlige er for eksempel de negative effekter ved at bruge Facebook sammenlignet med de negative effekter ved at se en dårlig film i tv? Er de lige alvorlige, eller er det ene værre end det andet? Hvor betydningsfulde disse sammenhænge er, kaldes for *praktisk signifikans*.

²² Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, K. W. (2018). Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18 (6), 765–780; Twenge J. M. et al. (2017). Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time. *Clinical Psychological Science*, 6 (1), pp. 3–17.

²³ Greenfield, S. (2015). *Mind change: how digital technologies are leaving their mark on our brains*. New York: Random House Incorporated.

²⁴ Gilchrist, K. (2017). Instagram most likely to cause young people to feel depressed and lonely out of major social apps, study says. CNBC. <https://www.cnbc.com/2017/05/19/instagram-most-likely-to-cause-young-people-to-feel-depressed-and-lonely-out-of-major-social-apps-study-says.html>

²⁵ Bell, V., Bishop, B. V. M., & Przybylski, A. (2015). The debate over digital technology and young people. *British Medical Journal*, 351, h3064.

²⁶ PISA-data lider under tilsvarende begrænsninger. I data fra 2015, som er de senest tilgængelige, var sværigheden for hyppigst brug af sociale medier "Hver dag".

Således fandt forskerne i en nyere undersøgelse med over 100.000 voksne deltagere, offentliggjort i *Nature*, frem til, at forbruget af sociale medier højst kunne forklare mindre end 0,1 % af afvigelsen i livskvalitet. For at sætte dette tal i perspektiv kan det nævnes, at et regelmæssigt indtag af kartofler og behov for at bære briller fandtes at have tilsvarende negative effekter.²⁷ Disse resultater viser tydeligt, at en statistisk signifikant sammenhæng mellem brugen af sociale medier og unges trivsel ikke nødvendigvis er praktisk signifikant. Forfatterne bag undersøgelsen konkluderer derfor, at de negative effekter af forbruget af sociale medier ikke er stærke nok til at sætte rammen for nye politikker på området.

Årsag og virkning er ikke afgjort

Et tredje kritikpunkt, som måske også er det vigtigste, går på, at der er stor mangel på pålidelig kausal evidens inden for dette forskningsfelt. På trods af en voksende offentlig interesse for betydningen af forbruget af sociale medier, så kan langt de fleste studier ikke afgøre, hvad der er årsag, og hvad der er virkning.

Det er altså stadig i høj grad et åbent spørgsmål, hvorvidt brugen af sociale medier skaber mistrivsel blandt unge, eller om unge, der i forvejen mistrives, er mere tilbøjelige til at anvende sociale medier mere.

Da forskningen på dette felt generelt har fokus på sammenligninger mellem individer (for eksempel unge der har et stort forbrug af sociale medier, og unge der har et begrænset forbrug), og ikke på, hvordan et enkelt individs adfærd ændrer sig over tid, så kan statistisk signifikans i sig selv ikke altid fortælle os noget om kausalitet. Der er derfor et stort behov for at etablere fokuserede paneldata, som kan følge udviklingen i unges trivsel og forbrug af sociale medier over længere tid.

Analyserne, som præsenteres i denne rapport, forholder sig generelt ikke til dette tredje kritikpunkt vedrørende kausalitet. Vi gør til gengæld et ihærdigt forsøg på at forholde os til de øvrige to udfordringer i de følgende kapitler.

²⁷ Orben, A., & Przybylski, A. K. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*, 3 (2), 173.



”

Gennem sociale medier kan man opretholde kontakt med venner og familie. Det er meget praktisk, og det er let at få fat i andre mennesker.

Göran Bolin, PhD, Södertörn University,
Media and Communication Studies

I kapitel 1 dokumenterede vi, hvor udbredt og populær brugen af sociale medier er blandt unge i de nordiske lande, samt den parallelle stigning i ensomheden. Vi bemærkede også, at det er vanskeligt at fastslå kausale sammenhænge mellem disse to trends.

I dette kapitel ser vi nærmere på, hvordan unge bruger deres tid på sociale medier for at afdække de omstændigheder, under hvilke der er en sammenhæng mellem brugen af sociale medier og ændringer i de unges humør – det vil sige deres her-og-nu-følelser. Analysen i dette kapitel fokuserer primært på Facebook.

Den komplekse sammenhæng mellem Facebook og trivsel

Over de sidste 10 år er Facebook blevet den mest brugte og indflydelsesrige sociale medieplatform i verden. Flere end to milliarder mennesker bruger mediet hver måned, og en million logger på hvert sekund.²⁸

I de nordiske lande bruger fire ud af fem Facebook, hvilket gør Facebook til den absolut mest populære sociale medieplatform i regionen, og mens Instagram og Snapchat bliver mere og mere populære blandt teenagere, så bruger 90 % af alle unge mennesker under 25 år i Norden stadig Facebook regelmæssigt.²⁹

På trods af platformens enorme popularitet er der megen forskning, som peger på, at Facebook kan have negative implikationer for den mentale sundhed. I en lang række af studier viser forbrug af Facebook sig at være forbundet med stigende misundelse³⁰, ensomhed³¹, stress³², social sammenligning³³ og depression³⁴ samt lavere livstilfredshed³⁵ og forringet social kapital.³⁶

Facebook er den mest populære sociale medieplatform i verden. Blandt unge i Norden bruger 9 ud af 10 Facebook regelmæssigt.

²⁸ Facebook Reports Fourth Quarter and Full Year 2018 Results: https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q4/Q4-2018-Earnings-Release.pdf; Desdarjins J. (2019). What Happens in an Internet Minute in 2019? *Visual Capitalist*: <https://www.visualcapitalist.com/what-happens-in-an-internet-minute-in-2019/>

²⁹ AudienceProject (2016). Device Study 2016: https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/study_social_media_across_the_nordics.pdf

³⁰ Appel, H., Gerlach, A. L., & Crucius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49.

³¹ Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, 1909–1912; Primack, B. A. et al. (2017) Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53 (1), 1–8; Arampatzis, E., Burger, M. J., & Novik, N. (2018). Social network sites, individual social capital and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 19 (1), 99–122.

³² Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26–37; Steers, M. N., Wickham, R. E. & Acitelli, L. K. (2014). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage Is Linked to Depressive Symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33 (8).

³³ Steers, M. L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33 (8), 701–731; Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260.

³⁴ Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43 (8), 1427–1438.

³⁵ Krasanova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? Conference paper.

³⁶ Burke, M., Marlow, C., & Lento, T. (2010). Social Network Activity and Social Well-Being, Conference paper.

Forskning viser at brug af Facebook ofte hænger sammen med mistrivsel. Men når Facebook bruges til direkte kommunikation, kan det føre til øget forbundethed og selvtillid.

Men sådanne negative sammenhænge er dog ikke altid til stede. Når Facebook bruges primært som middel til direkte kommunikation med andre, har mediet vist sig at kunne styrke følelsen af forbundethed, øge den sociale kapital og løfte selvtilliden.³⁷ Det er dog igen vigtigt at understrege, at meget af den foreliggende forskning er ude af stand til at fastslå årsag-virkningssammenhænge.

Et Facebook-eksperiment

I marts 2019 rekrutterede vi Facebook-brugere til at deltage i et online-studie. Studiet havde til formål at afsløre hvilke her-og-nu-følelser, der var forbundet med specifikke digitale aktiviteter på mediet. 70 % af respondenterne havde lige været på Facebook, før de besvarede spørgeskemaet. Disse respondenter blev først bedt om at rapportere deres nuværende humør, eller det som forskere ofte refererer til som affektiv subjektiv trivsel. Efterfølgende blev de bedt om at svare på en række spørgsmål om, hvad de lige havde foretaget sig på Facebook, hvor lang tid de havde være online på mediet og en række demografiske karakteristika. Det endelige sample, som er brugt til analysen i dette kapitel, bestod af 860 respondenter i alderen 14–29, hvoraf de fleste (84 %) var kvinder.³⁸

Aktivt vs. passivt brug

Når vi i dette kapitel analyserer, hvordan Facebook-brug er forbundet med vores humør, så benytter vi begreberne *positiv affekt* og *negativ affekt*. Positiv affekt refererer til vores positive emotionelle tilstand, hvor vi i dette tilfælde specifikt forholder os til *glæde*, *interesse*, *forbundethed* (*til andre mennesker*) og *stolthed*. Negativ affekt refererer modsat til vores negative emotionelle tilstand – som vi i denne rapport har defineret som *uro*, *kedsomhed*, *ensomhed* og *skam*.

Helt overordnet finder vi en række statistisk signifikante sammenhænge mellem, hvor meget tid brugerne anvender på Facebook og deres nuværende humør. Hvert minut, der bruges på Facebook, synes at øge generel negativ affekt med 0,1 %.³⁹ Denne effekt er dog som oftest meget svag i en praktisk signifikant forstand.

Der er ikke nogen sammenhæng mellem tid brugt på Facebook og generel positiv affekt.

Problemet er, at vi i denne form for analyse betragter alle former for Facebook-forbrug som én samlet størrelse. Men som det vil fremgå, er sammenhænge mellem trivsel og Facebook-brug dog stærkt betinget af, hvordan unge benytter mediet.

³⁷ Verduyn, et al. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144 (2), 480; Krasanova et al. (2013); Kross et al. (2013); Best et al. (2014).

³⁸ Udover at have brugt respondenter fra de fem nordiske lande har vi tilføjet respondenter fra Canada, USA og Storbritanien for at sikre mere robuste resultater. Sammenfattende statistikker og kontrolvariabler findes i Tabel 1 i online appendikset.

³⁹ Online appendiks: Tabel 3.

Vi skal her skelne mellem to typer af brug af sociale medier:⁴⁰

Aktivt brug:

Når man engagerer sig i aktiviteter, som faciliterer direkte kommunikation med andre.

- På Facebook dækker dette over at skrive statusopdateringer, sende beskeder, kommentere på indlæg og dele links.

Passivt brug:

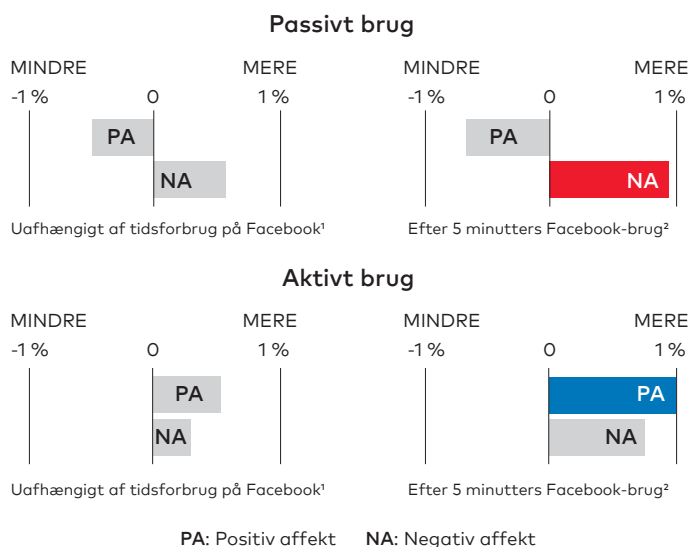
Når man passivt forbruger indhold uden direkte kommunikation med andre.

- På Facebook dækker dette over at scrolle gennem nyhedsfeed, læse statusopdateringer og kigge på venners profiler.

Når aktivt og passivt brug tages i betragtning, fremtræder nogle markant anderledes, og endda modsigende effekter. Mens et øget passivt brug af Facebook er forbundet med øget negativ affekt – altså dårligere humør – så er et øget aktivt brug forbundet med øget positiv affekt – altså bedre humør (Figur 2.1). Denne sammenhæng gør sig også gældende, når man korrigerer for antallet af nære sociale relationer offline. Med andre ord: Forbedringen i positiv affekt ved aktivt brug forklares ikke ved, at aktive brugere blot har flere venner at kommunikere med. At kommunikere direkte med andre har altså en positiv effekt, selv for dem som har få nære sociale relationer.

Vi finder dog at tidsforbruget på Facebook i sig selv stadig har en stor betydning. De ovennævnte sammenhænge er således kun gyldige for brugere, som har brugt mere end fem minutter på Facebook.

Aktivt brug af Facebook, hvor man kommunikerer direkte med andre, er forbundet med godt humør. Passivt brug, hvor man kigger på indhold uden at kommunikere, er forbundet med dårligt humør.



Figur 2.1
Sammenhæng mellem
type af Facebook-brug
og affekt.⁴¹

N= 829. N=534. Farvede blokke repræsenterer signifikante resultater $p < 0,1$. Affekterne udtrykker 'procentvis ændring i positiv og negativ affekt, ved øget forbrug karakteriseret ved hhv. aktiv (0–16 skala) og passiv brug (0–12 skala)'. Spørgsmål er inspireret af Verduyn et al (2015). Kontrolvariabler inkluderer: Tid brugt på Facebook antal nære relationer, socialt aktivitetsniveau, alder, land, område, civilstatus, jobstatus, køn. Sample dækker respondenter fra de nordiske lande (Danmark, Island, Finland, Norge og Sverige) og er yderligere blevet forstærket med respondenter fra Canada, USA og UK. Se online appendiks tabel 3.

⁴⁰ Burke et al. (2010); Krasanova et al. (2013); Verduyn et al. (2015).

⁴¹ Vi finder tilsvarende dynamikker ved et robusthedstjek af en større sample, som fremgår af tabel 4 i vores online appendiks.

At dele med stolthed og kigge i ensomhed

I den resterende analyse i dette kapitel tager vi et tættere kig på de specifikke følelser, som er forbundet med forskellige Facebook-aktiviteter. Igen finder vi, at forskellige Facebook-aktiviteter kan være forbundet med forskellige positive og negative følelser.

I vores undersøgelse bad vi respondenterne, som lige havde været online på Facebook, om at rapportere, hvor lang tid de havde brugt på at skrive statusopdateringer, dele links, kommentere opslag, sende beskeder, scrolle gennem nyhedsfeed, kigge på venners profiler, læse statusopdateringer samt lede efter begivenheder. Svarmulighederne var: "0 = Intet af tiden", "1 = Noget af tiden", "2 = Halvdelen af tiden", "3 = Det meste af tiden" og "4 = Hele tiden". Figur 2.2 viser den procentvise ændring i den følelsesmæssige trivsel for hver stigning i tidsforbruget på en specifik aktivitet. For eksempel finder vi, at deling af links er forbundet med en 5 % stigning i oplevelsen af glæde. Det betyder, at brugere som bruger noget af deres tid på Facebook til at dele links, vil føle sig 5 % mere glade end de brugere, som slet ikke bruger tid på at dele links.

Udover at være forbundet med øget glæde, så er aktiviteten "*Dele links*" også forbundet med øget stolthed og mindre ensomhed. Aktiviteten "*Søge efter begivenheder*" er signifikant forbundet med øget interesse. Modsat ser vi, at den tid, som bruges på at "*Scrolle gennem nyhedsfeed*", er forbundet med en forringet glæde. Disse sammenhænge er signifikante, selv efter vi har justeret for, hvor lang tid brugerne var online på Facebook, hvor mange nære relationer de har, deres generelle sociale aktivitetsniveau og en række socioøkonomiske faktorer.

"*Kigge på venners profiler*" er dog den aktivitet, hvor vi finder flest signifikante sammenhænge med de unges humør. Denne specifikke aktivitet er således forbundet med mindre interesse og stolthed og øget ensomhed og skam.

Dette resultat synes at understøtte det fænomen, som man har kaldt *highlight reel effect*. Fordi mennesker har mere tendens til at dele positive end negative oplevelser på sociale medier, vil et øget passivt tidsforbrug på Facebook, hvor man blot observerer andres liv, være forbundet med (negativ) social sammenligning,⁴² hvilket har vist sig at være knyttet til forringet livskvalitet.⁴³ I næste kapitel ser vi netop nærmere på forholdet mellem social sammenligning og sociale medier.

Det er samtidig værd at nævne, at mange aktiviteter på Facebook er uden betydning for unges humør. Aktiviteterne "*Skrive statusopdateringer*", "*Send beskeder*", "*Kommentere opslag*" og "*Læse statusopdateringer*" er hverken forbundet med positiv eller negativ affekt.

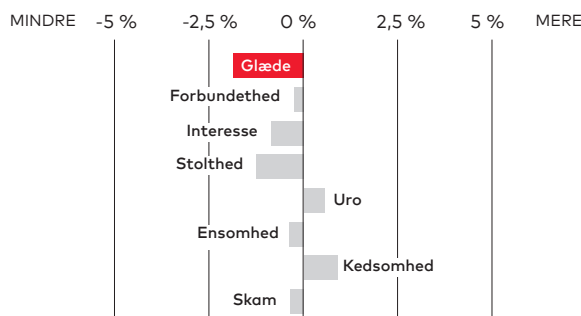
⁴² Steers, M. N., Wickham R. E., & Acitelli, L. K. (2014). Seeing Everyone Else's Highlight Reels: How Facebook Usage Is Linked to Depressive Symptoms, *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33 (8).

⁴³ Olson, B. D., & Evans, D. L. (1999). The role of the Big Five personality dimensions in the direction and affective consequences of everyday social comparisons. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25 (12), 1498–1508; Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3 (4), 206.

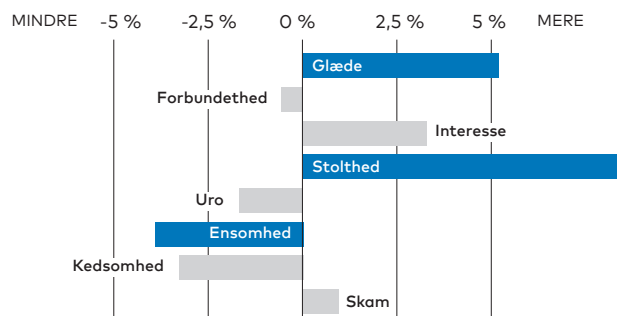
Figur 2.2

Hvordan Facebook-aktiviteter er forbundet med specifikke følelser.

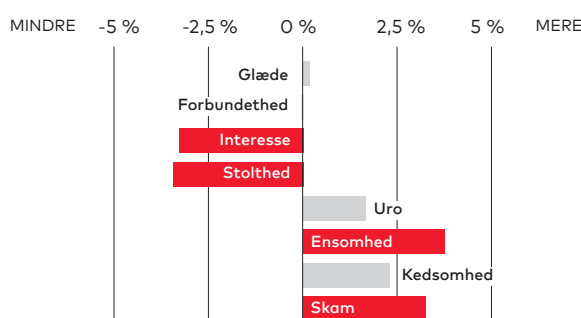
Scrolle gennem nyhedsfeed



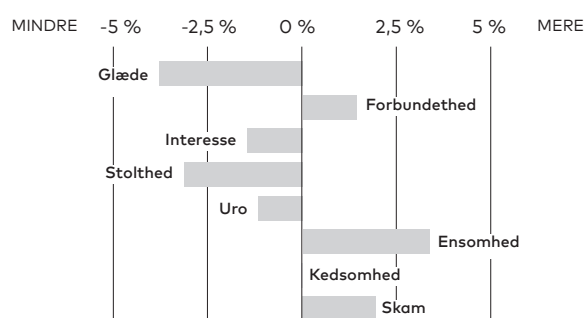
Dele links



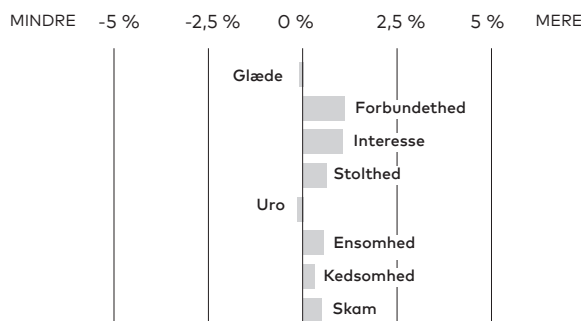
Kigge på venners profiler



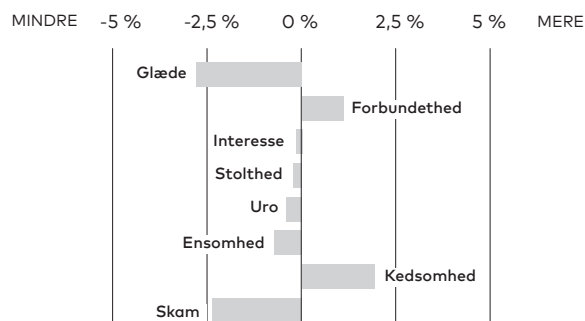
Skrive statusopdateringer



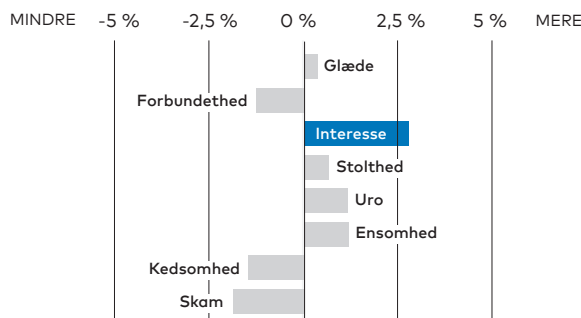
Læse statusopdateringer



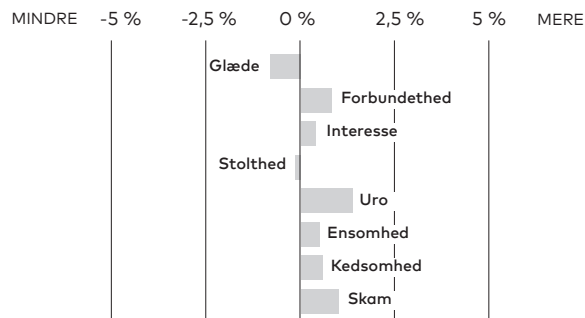
Kommentere på opslag



Søge efter begivenheder



Sende beskeder



N = 850. Sample er begrænset til respondenter under 30 år, der brugte 5 minutter eller mere på Facebook. Farvede blokke repræsenterer signifikante resultater $p < 0.1$. Effekterne er repræsenteret som procentvis ændring i positive og negative affekter, ved øget forbrug karakteriseret ved forskellige aktiviteter (0–4 skala).

Spørgsmål er inspireret af *Positive and Negative Affect Scale (PANAS)*.

Kontrolvariabler inkluderer: Tid brugt på Facebook, antal nære relationer, social aktivitetsniveau, alder, land, område, civilstatus, jobstatus, køn.

Sample dækker respondenter fra de nordiske lande (Danmark, Island, Finland, Norge og Sverige) og er yderligere blevet forstærket med respondenter fra Canada, USA og UK. Se online appendiks tabel 5.

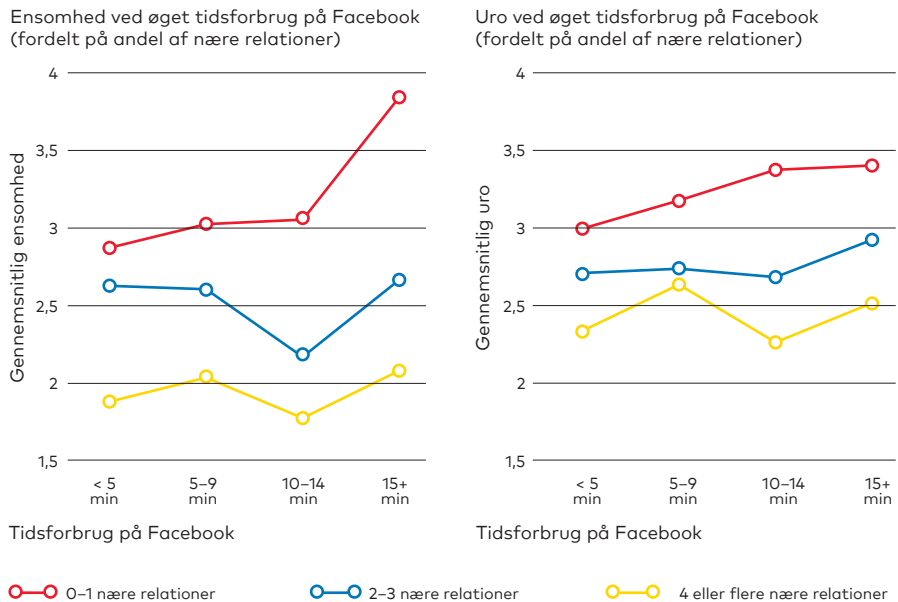
Unge uden tætte relationer er særligt sårbare på Facebook

For unge, som har få nære relationer, ser vi at et øget forbrug af Facebook hænger sammen med en øget følelse af uro og ensomhed. Det er dog stadig svært at fastslå, hvad der forårsager hvad.

I vores undersøgelse blev respondenterne bedt om at svare på, hvor mange mennesker, hvis nogen overhovedet, de kan tale med om intime og personlige spørgsmål. Blandt dem, som rapporterede at have mindre end to af sådanne tætte relationer, fandt vi en sammenhæng mellem øget forbrug og følelsen af ensomhed og uro. Eller med andre ord: Des mere tid disse unge brugte på Facebook, des mere sandsynligt var det, at de ville føle sig ensomme og urolige. Disse dynamikker er ikke særligt aktuelle blandt de respondenter, som har to eller flere nære relationer (Figur 2.3).

Dette kunne indikere, at Facebook hurtigt bliver en stressfuld og ensom oplevelse for de unge, som i forvejen er disponeret for at føle sig ensomme eller urolige. Resultatet kan dog også fortolkes anderledes. En lige så gyldig fortolkning kunne således være, at det er *følelsen* af ensomhed og uro, som forårsager et længere tidsforbrug på Facebook. Vi kan altså ikke vide om Facebook-forbrug gør brugerne ensomme, eller om ensomheden skaber et større forbrug.

Figur 2.3
Unge med få eller ingen nære relationer er særligt sårbare på Facebook.



”

**Vi har ikke nok forskning
fra de nordiske lande om,
hvordan sociale medier
påvirker unges trivsel.**

Laura Sillanpää, sociolog og projektleder ved
The Finnish Society on Media Education



”

Sociale medier bruges til at holde en løbende kontakt, hvilket harmonerer rigtig godt med den livssituation, unge mennesker er i: De er flyttet hjemmefra, de prøver at finde en livspartner, de prøver at finde ud af, hvem de kan blive gode venner med.

Anne Mette Thorhauge, lektor på Københavns Universitet,
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

I forrige kapitel undersøgte vi, hvordan unges her-og-nu-humør hænger sammen med deres brug af Facebook, imens de bruger denne platform. I dette kapitel bevæger vi os ud over de umiddelbare sammenhænge og undersøger i stedet, om vi også kan finde sammenhænge mellem unges forbrug af sociale medier, og hvordan de generelt har det i livet.

Analysen i dette kapitel vil dels basere sig på vores egen uafhængige spørgeskemaundersøgelse, og dels på vores analyse af PISA-data om 15–16-årige unge i Norden. Mens PISA-data kan bruges til sige noget generelt om brugen af sociale medier, kan resultaterne af vores uafhængige undersøgelse forholde sig til nuancerne og kompleksiteten i forbruget.

"Forbrug af sociale medier" er et tomt begreb, når vi glemmer nuancerne

I anden del af vores egen undersøgelse bad vi respondenterne svare på spørgsmål om deres generelle forbrug af sociale medier og deres generelle trivsel. Vi finder, at forbrug af sociale medier er signifikant forbundet med lavere livstilfredshed, øget negativ social sammenligning, mindsket tillid til andre og mindre deltagelse i kulturelle begivenheder og frivilligt arbejde.⁴⁴

På samme måde finder vi i analysen af repræsentative PISA-data for 15–16-årige i Norden, at tid forbrugt på sociale medier er forbundet med forringet livstilfredshed, men kun blandt unge piger.⁴⁵

Alle disse sammenhænge er dog relativt svage. Baseret på disse resultater alene er det altså for tidligt at konkludere entydigt, at sociale medier udgør en betydelig trussel mod unges trivsel. Men som det fremgik af sidste kapitel, skjuler disse små sammenhænge dog ofte nogle mere markante sammenhænge, som viser sig, når vi graver en anelse dybere.

I de følgende afsnit præsenterer vi først resultaterne fra analysen af PISA-data for unge teenagere i Norden for at kortlægge de generelle betingelser, hvorunder sociale medier både kan understøtte og undergrave trivsel. Derefter vender vi tilbage til vores uafhængige undersøgelse for at gennemføre en mere detaljeret analyse af effekterne af forskellige sociale medier, afhængigt af køn, alder og andre personlige karakteristika.

Piger synes at være mere "afhængige" af sociale medier end drenge

Den første observation fra analysen af PISA-data er, at piger synes mere "afhængige" af sociale medier end drenge. Cirka 59 % af unge 15–16-årige piger i Norden føler ubehag, når de ikke har adgang til internettet, mens tallet er 54 % for drenge (Tabel 3.1).⁴⁶ Selvom denne forskel ikke synes at være stor, er den alligevel overraskende, da unge drenge gennemsnitligt bruger mere tid på internettet end unge piger.⁴⁷

Piger har sværere ved at undvære internettet end drenge, selv om de bruger mindre tid på internettet end drenge. De bruger dog mere tid på sociale medier.

⁴⁴ Online-appendiks: Tabel 11.

⁴⁵ Online-appendiks: Tabel 8.

⁴⁶ Tabellen er baseret på PISA-data fra 2015 for alle nordiske lande med undtagelse af Norge.

⁴⁷ Eurostat 2018: <https://data.europa.eu/euodp/da/data/dataset/oY2vRJtab1L3klb5T9f1ghttps://data.europa.eu/euodp/da/data/dataset/oY2vRJtab1L3klb5T9f1g>

Når vi tester potentielle forklaringer på, hvorfor piger har sværere ved at undvære internettet, ser vi at unge piger på trods af mindre samlet tid på nettet bruger meget mere tid på sociale medier. Det større forbrug af sociale medier kan på signifikant vis forklare, hvorfor unge piger har det dårligere uden internetadgang.⁴⁸

Tabel 3.1
Hvordan piger i Norden oftere oplever teknologiens skyggesider.

Kilde: PISA (2015)

	Danmark		Finland		Island		Sverige	
	Drenge	Piger	Drenge	Piger	Drenge	Piger	Drenge	Piger
Bruger ikke digitale teknologier, som jeg gerne vil	7,3 %	14,4 %	12,8 %	14,7 %	11,4 %	12,4 %	8,2 %	13,9 %
Glemmer tiden ved brug af digitale teknologier	61,7 %	60,8 %	45,0 %	56,7 %	61,0 %	74,1 %	52,0 %	58,2 %
Har det dårligt uden adgang til internettet	59,9 %	63,3 %	40,4 %	46,3 %	40,4 %	41,6 %	73,4 %	82,0 %

Forældre støtte beskytter unge piger mod de værste effekter fra sociale medier

Vores analyse af PISA-data viser endvidere en negativ sammenhæng mellem brug af sociale medier og livstilfredshed, men kun blandt unge piger. Opbakningen fra forældre spiller imidlertid en afgørende rolle i denne sammenhæng.

For unge piger, som har ringe eller ingen emotionel opbakning fra deres forældre, ser vi en stærk sammenhæng mellem forbrug af sociale medier og mistrivsel.⁴⁹ Eller med andre ord: I Norden er det kun unge piger med ringe eller ingen emotionel opbakning fra deres forældre, som oplever en lavere livstilfredshed, når de bruger mere tid på de sociale medier.

Dette resultat synes også at harmonere med resultaterne fra kapitlet "De digitale her-og-nu-følelser", som viste, hvordan kvaliteten af de unges nære relationer offline kan være afgørende for, hvor meget de påvirkes af at bruge tid på Facebook.

Ekstremt brug er sandsynligvis et problem

I den resterende analyse i dette kapitel fokuserer vi primært på resultaterne fra anden halvdel af vores egen spørgeskemaundersøgelse. I denne del blev respondenterne stillet spørgsmål om deres generelle trivsel og deres vaner på sociale medier.

Selvom vi ikke finder nogen stærke sammenhænge mellem unges generelle forbrug af sociale medier og deres trivsel, så ser vi dog nogle negative sammenhænge, når vi forholder os til de mest ekstreme forbrugere (øverste kvintil).

Sammenlignet med en typisk ung forbruger af sociale medier er det sandsynligt, at de 20 % mest ekstreme forbrugere har en livstilfredshed der er 3,7 % lavere.⁵⁰

Mens sociale mediers indvirkning på livskvaliteten generelt er begrænset, er ekstremt brug af sociale medier forbundet med en signifikant faldende livskvalitet.

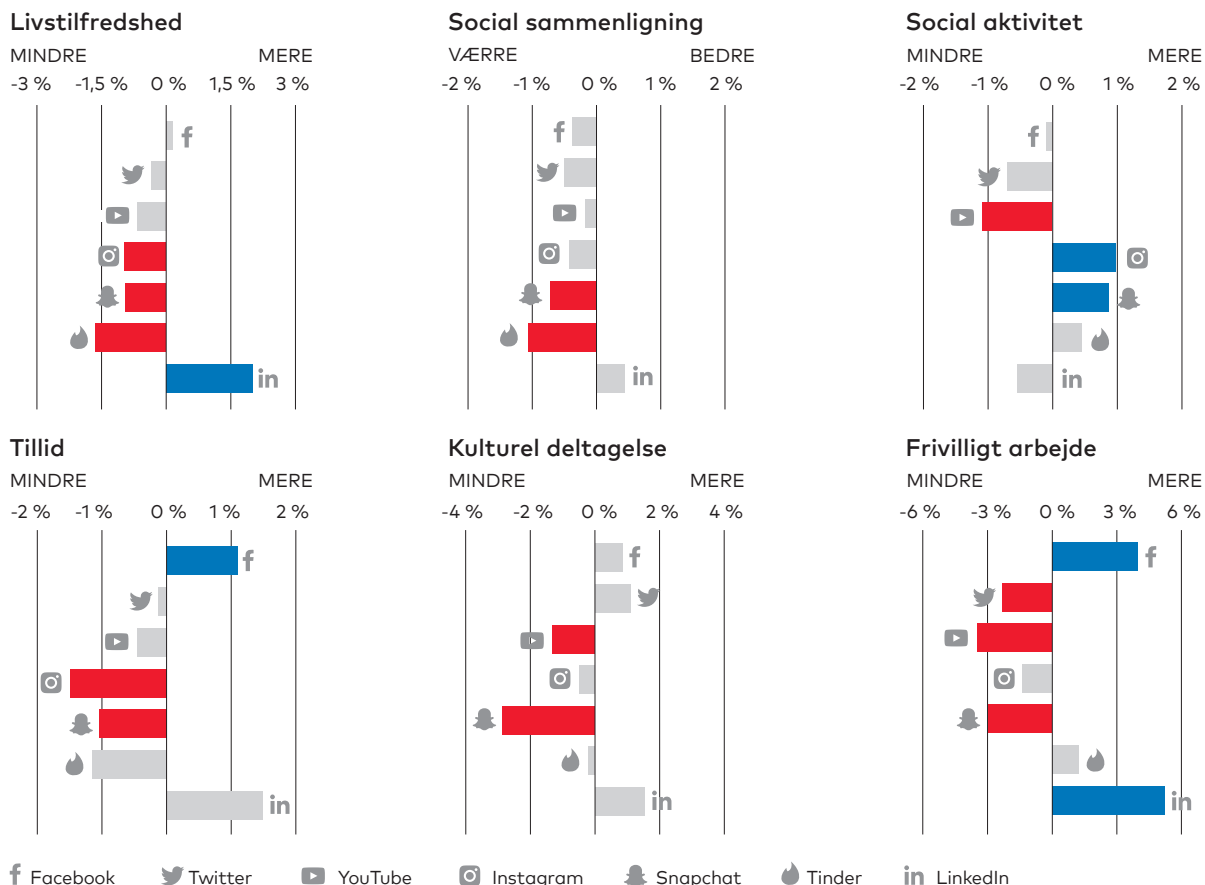
⁴⁸ Online-appendiks: Tabel 7.

⁴⁹ Online-appendiks: Tabel 9.

⁵⁰ Online-appendiks: Tabel 12.

Figur 3.1

Hvordan forskellige platforme er forbundet med livstilfredshed, social sammenligning, social aktivitet, tillid, kulturel deltagelse og frivilligt arbejde.

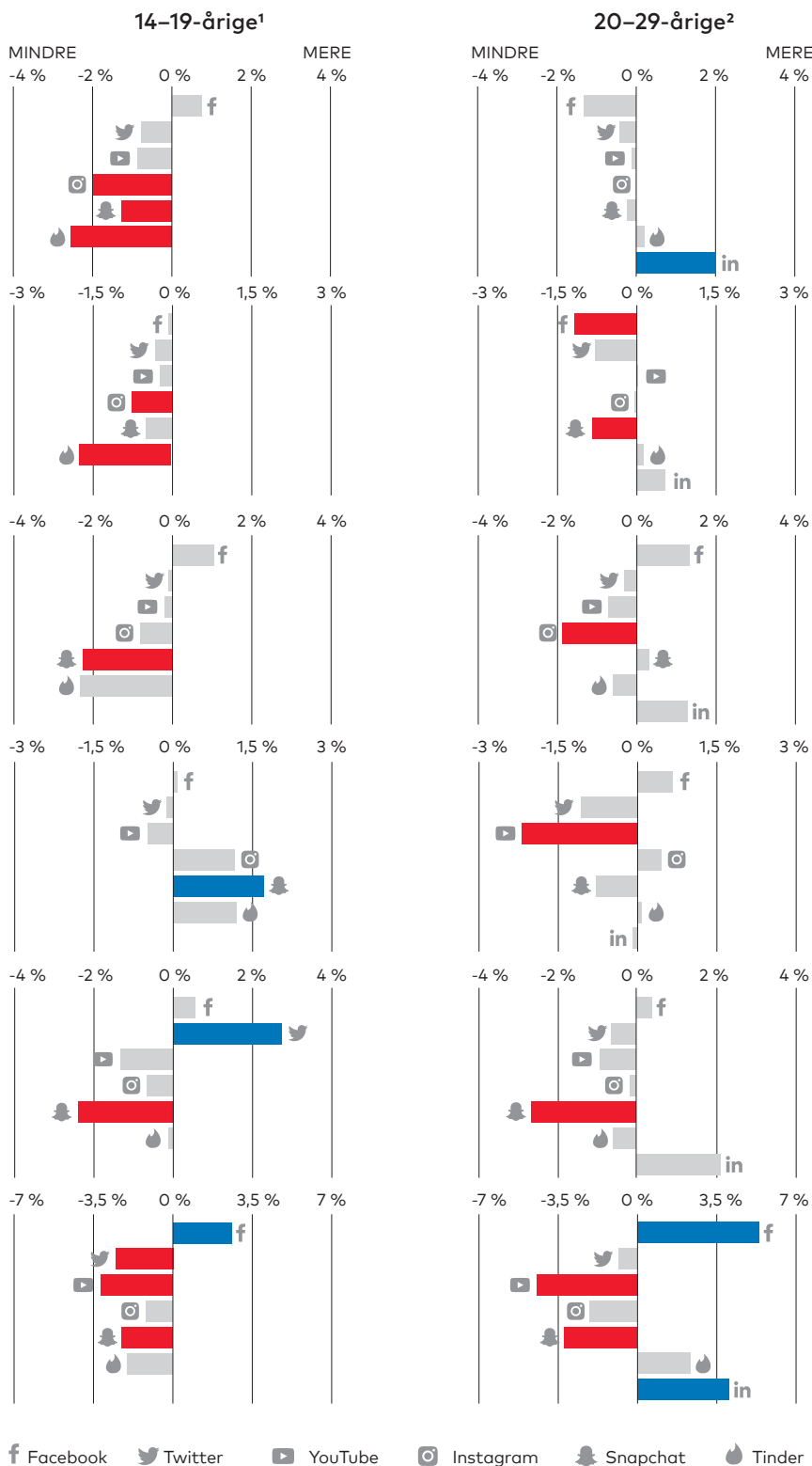


N = 1160. Farvede blokke repræsenterer signifikante resultater $p < 0.1$. Sample er begrænset respondenter under 30 år. Effekterne udtrykker 'procentvis ændring i afhængig variabel (fx livstilfredshed), ved øget forbrug af forskellige platforme (0–6 skala). Spørgsmål er adopteret fra *European Social Survey* og *OECD Guidelines for Measuring Subjective Well-being*. Kontrolvariabler inkluderer: antal nære relationer, social aktivitetsniveau, alder, land, område, civilstatus, jobstatus, køn. Sample dækker respondenter fra de nordiske lande (Danmark, Island, Finland, Norge og Sverige) og er yderligere blevet forstærket med respondenter fra Canada, USA og UK. Se online-appendiks tabel 13.

En forringelse af livskvaliteten på 3,7 % er ikke uvæsentlig. For at sætte tallet i perspektiv kan det nævnes, at forskellen i livstilfredshed mellem respondenter med hhv. to nære relationer og én nær relation er 4,7 %.

Figur 3.2

Hvordan forskellige platforme er forbundet med livstilfredshed, social sammenligning, social aktivitet, tillid, kulturel deltagelse og frivilligt arbejde (forskelle mellem teenagere og 20–29-årige).



Livstilfredshed

Når alt tages i betragtning, hvor tilfreds er du så med dit liv som helhed?

Social sammenligning

Når alt tages i betragtning, hvor tilfreds tror du, at dine venner er med deres liv som helhed? (Negativ, hvis respondenterne rapporterer, at de tror deres venner er mere tilfredse med deres liv, end de selv er).

Tillid

Mener du, at de fleste mennesker i det store og hele er til at stole på, eller kan man ikke være for forsigtig, når man har med andre mennesker at gøre?

Social aktivitet

Hvor ofte mødes du med venner, familie eller kollegaer?

Kulturel deltagelse

Hvor ofte deltager du i kulturelle begivenheder? (Såsom at tage i biografen, besøge et museum eller galleri, tage til en koncert, etc.).

Frivilligt arbejde

Har du udført frivilligt arbejde i løbet af de sidste fire uger?

¹ N = 650, ² N = 486. Farvede blokke repræsenterer signifikante resultater p < 0.1.

Effekterne er repræsenteret som procentvis ændring i afhængig variabel (fx livstilfredshed), ved øget generelt forbrug af forskellige platforme (0–6 skala). For 15–19-årige er LinkedIn ekskluderet, da alt for få teenagere i vores undersøgelse benytter sig af dette medie. Spørgsmål er adopteret fra *European Social Survey* og *OECD Guidelines for Measuring Subjective Well-being*. Kontrolvariable inkluderer: antal nære relationer, social aktivitetsniveau, alder, land, område, civilstatus, jobstatus, køn. Sample dækker respondenter fra de nordiske lande (Danmark, Island, Finland, Norge og Sverige) og er yderligere blevet forstærket med respondenter fra Canada, USA og UK. Se online-appendiks tabel 14.

Effekten af forbruget afhænger af brugerens alder og platformen, der bruges

Når vi tager et endnu tættere kig på vores data, ser vi, at forbruget af sociale medier kan have mange forskellige effekter, afhængigt af, hvilken platform der anvendes (Figur 3.1).

I vores egen undersøgelse bad vi respondenterne rapportere, hvor ofte de var online på Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Snapchat, Tinder og LinkedIn. Svarmulighederne var "0 = Jeg bruger ikke denne platform", "1 = Sjældent", "2 = Ugentligt", "3 = En gang om dagen", "4 = Flere gange om dagen", "5 = En gang i timen", "6 = Flere gange i timen". Figur 3.1 viser den procentvise ændring i trivselen for hver stigning i tidsforbruget på hver platform. For eksempel ser vi at Snapchat-forbrug er forbundet med 1 % forringelse af tillid. Det betyder, at for hver gang tidsforbruget af Snapchat stiger ét niveau (på 0–7-skalaen), så falder brugerens tillid til andre mennesker med 1 %. Eller med andre ord: Dem som bruger Snapchat flere gange i timen (som svarer "6" på skalaen) har i snit 6 % mindre tillid til andre mennesker, sammenlignet med dem som aldrig bruger Snapchat (og som svarer "0" på skalaen).

Vores analyse viser, at mens forbrug af Facebook og LinkedIn har mange svage, men også positive sammenhænge med unges trivsel, så er et øget tidsforbrug på Twitter, Youtube, Instagram, Snapchat og Tinder forbundet med en række negative trivselsfaktorer.

Tre ud af syv platforme er forbundet med lavere livstilfredshed, mens et stort forbrug af Snapchat og Tinder er forbundet med negativ social sammenligning. Youtube er forbundet med lavere social aktivitet, lavere kulturel deltagelse og mindre engagement i frivillighed. Instagram og Snapchat er forbundet med mindre tillid til andre mennesker, og Snapchat er også forbundet med mindre deltagelse i kulturelle begivenheder og mindre engagement i frivilligt arbejde. På overraskende vis ser vi dog også, at Snapchat og Instagram er forbundet med et øget socialt aktivitetsniveau.

Disse sammenhænge er dog også i høj grad afhængige af brugerens alder. Når vi deler vores respondenter op i to grupper – en gruppe med teenagere i alderen 14–19 og en gruppe med unge i alderen 20–29 – så ser vi nogle markant anderledes sammenhænge (Figur 3.2).

Den vigtigste observation er, at de unges (20–29-årige) forbrug af sociale medier ikke længere er forbundet med lavere livstilfredshed, selv om det for teenagere stadig gælder ved forbrug af Instagram, Snapchat og Tinder. Omvendt ser vi, at de unge i den ældste gruppe er mere tilbøjelige til negativ social sammenligning sammenlignet med teenagere, når de bruger Facebook mere. Derudover synes Snapchat stærkere forbundet med mistillid end Instagram for teenagere, selv om det modsatte gælder for de unge (20–29 år). Det er værd at notere, at alle disse effekter gør sig gældende, selv efter vi har korigeret for respondenternes offline-relationer, alder, oprindelsesland, boligområde, uddannelse, civilstatus, jobstatus og køn.

Vi udforsker mange af disse sammenhænge yderligere i de kommende afsnit.

Et øget forbrug af stort set alle sociale medier øger sandsynligheden for, at de unge tror, at deres venner er lykkeligere end dem selv. Sociale medier er designet sådan, at mulighederne for sammenligning oftest er til stede.

Sociale medier og social sammenligning

Udover at stille spørgsmål til respondenternes egen livstilfredshed, bad vi dem også vurdere, hvor tilfredse de troede, deres venner var med deres liv.

Vi finder, at et øget forbrug af Facebook, Instagram, Snapchat og Tinder er forbundet med negativ social sammenligning i forskellige sammenhænge. Eller med andre ord: Forbrug af sociale medier øger sandsynligheden for, at de unge tror, at deres venner er lykkeligere end dem selv (Figur 3.1).

Social sammenligning er en fundamental psykologisk proces, som styrer, hvordan vi tænker om os selv og om andre.⁵¹ Men på sociale medier kan disse tendenser blive forstærket betragteligt. De sociale medier byder næsten konstant på muligheder for social sammenligning, da *sammenligningsinformationerne* næsten altid er mere fremtrædende på sociale medier end i virkeligheden. Vi kan for eksempel hurtigt aflæse, om vi har færre eller flere venner, følgere og likes sammenlignet med vores venner.⁵² I forhold til "fremstilling" peger forskningen også på, at vi oftest fremstiller vores liv på en overdrevet positiv måde, som ikke altid repræsenterer vores faktiske liv, og hvordan vi har det.⁵³

SoMe-paradokset

Et af de mest interessante resultater fra vores egen undersøgelse er, at brug af Snapchat og Instagram er forbundet med mere social aktivitet – dvs. at unge, som oftere bruger disse sociale medier, også oftere ses med andre mennesker. Vi finder dog paradoksalt nok også, at de selvsamme unge oftere har tilbøjelighed til at være ulykkelige (Figur 3.1).

Det er ikke kun vores egen undersøgelse, som viser en sådan paradoksalt sammenhæng. I vores analyse af repræsentative data for 15–16-årige i Norden fra PISA, finder vi et tilsvarende resultat: Unge, der ofte bruger sociale medier, er mindre lykkelige og bliver oftere mobbet, men de ses oftere med andre unge efter skole.⁵⁴

Det kan lyde paradoksalt, at sociale medier er forbundet med et mere aktivt socialt liv og mistrivsel på én og samme tid, særligt når et godt socialt liv konsekvent fremstår som én af de mest afgørende faktorer for høj livskvalitet.⁵⁵ Det er dog vigtigt at notere, at *kvantiteten* af social aktivitet, som måles her, ikke er lig med *kvalitet*, og at social aktivitet ikke udelukker eksempelvis følelsen af ensomhed.

⁵¹ Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T. (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. In D. Chadee (Ed.), *Theories in social psychology*, 119–139.

⁵² Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (5), 309–314; Vogel et al. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3 (4).

⁵³ Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P., & Gross, J. J. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37 (1), 120–135; Steers et al. (2014); Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K., & Park, S. G. (2014). Who puts the best "face" forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413–423.

⁵⁴ Online-appendiks: Tabel 10.

⁵⁵ Diener E., & Biswas-Diener, R. (2018). Social Well-Being: Research and Policy Recommendations, *Global Happiness Policy report 2018*.

Det er således en mulig fortolkning af foreliggende data, at unge, som har et stort forbrug af Snapchat og Instagram, oftere er sammen med store grupper af mennesker, men ikke har mange meningsfulde enkeltvenskaber. En anden potentiel fortolkning er, at forbruget af Snapchat og Instagram faktisk hæmmer unges mulighed for at nyde den tid, de faktisk bruger sammen. Yderligere forskning bør gennemføres for at forstå disse dynamikker bedre.

Unge brugere af Snapchat og Instagram har mindre tillid til andre mennesker

Tillid er det nordiske guld. Her i Norden har vi nogle af verdens højeste tillidsniveauer i verden, både når tillid måles mellem mennesker og i forhold til institutioner, hvilket bl.a. har stor betydning for vores økonomi, livskvalitet og vores demokratiske processer.⁵⁶ Men kan brugen af sociale medier poentielt undergrave nordiske unges tillid til andre?

Ifølge resultatet fra vores egen undersøgelse har unge med et stort forbrug af sociale medier i snit mindre tillid til andre mennesker. Dog kan der observeres vigtige forskelle mellem de forskellige sociale medier. Mens Instagram og Snapchat synes systematisk knyttet til mistillid, så er Facebook under visse omstændigheder faktisk forbundet med større tillid.⁵⁷

Igen er det noget vanskeligt at fastslå kausaliteten. Vi kan således ikke vide, om brug af Instagram eller Snapchat får unge til at have mindre tillid til andre, eller om mennesker med mindre tillid til andre har et større forbrug af disse to medier. Andre studier kan dog hjælpe os med at give et bud på en retning.

I en undersøgelse fra 2019 blev sammenhængen mellem tillid og forbrug af sociale medier testet på grundlag af et datasæt, som rummede observationer fra 50.000 mennesker i Italien.⁵⁸ På baggrund af forskelligheder i udbuddet af bredbåndsforbindelser kunne forskerne påvise, at tilliden var faldet signifikant i de områder, som tidligere havde oplevet en stigning i forbrug af sociale medier som følge af, at de havde fået bedre internetforbindelser, men ikke i andre områder.⁵⁹

Disse forklaringer kan dog ikke fortælle os, hvorfor vi kun ser disse negative effekter på Snapchat og Instagram og ikke på Facebook.

Tilliden mellem mennesker er meget høj i Norden. Instagram og Snapchat er forbundet med mistillid, mens Facebook er forbundet med tillid. Yderligere forskning er påkrævet for at kunne svare på, hvorfor vi ser disse sammenhænge.

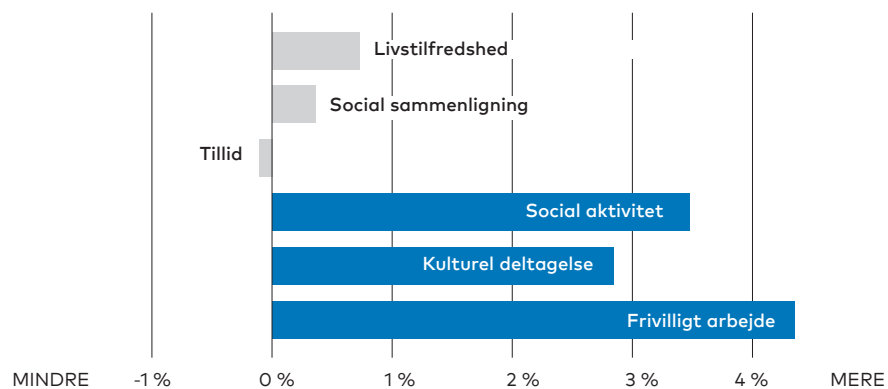
⁵⁶ Andreasson, U. (2017). *Tillid – det nordiske guld*, Nordisk Ministerråd.

⁵⁷ Den positive effekt fra Facebook ses kun i figur 3.1 og ikke 3.2. Figur 3.1 er baseret på et større sample, hvilket er en potentiel forklaring på, hvorfor vi ser sammenhængen her. Det er dog vigtigt at notere, at effekten ikke er meget signifikant. Der er altså betydelig usikkerhed forbundet hermed.

⁵⁸ Sabatini, F., & Sarracino, F. (2019). Online social networks and trust. *Social Indicators Research*, 142 (1), 229–260.

⁵⁹ Ud over at måle tillid til andre mennesker generelt målte det italienske studie også tilliden til naboer og tilliden til politiet.

Figur 3.3
Hvordan aktivt brug
af sociale medier
er forbundet med
livstilfredshed, social
sammenligning, social
aktivitet, tillid, kulturel
deltagelse og frivilligt
arbejde.



N ≈ 1160. Farvede blokke repræsenterer signifikante resultater $p < 0,1$. Effekterne repræsenterer 'procentvis ændring i afhængig variabel (fx livstilfredshed), ved øget aktivt brug (0-5 skala), uafhængig af det samlede forbrug. Spørgsmål er adopteret fra *European Social Survey* og *OECD Guidelines for Measuring Subjective Well-being*. Kontrolvariabler inkluderer: Tidsforbrug, antal nære relationer, socialt aktivitetsniveau, alder, land, område, civilstatus, jobstatus, køn. Sample dækker respondenter fra de nordiske lande (Danmark, Island, Finland, Norge og Sverige) og er yderligere blevet forstærket med respondenter fra Canada, USA og UK. Se online-appendiks tabel 12.

Aktive brugere af sociale medier er også aktive i offline-fællesskaber

Når vi i vores uafhængige undersøgelse ser på sammenhængen mellem de unges tidsforbrug på sociale medier og deres deltagelse i offline-fællesskaber (herunder samvær med venner, frivilligt arbejde og kulturel deltagelse), så noterer vi atter signifikant forskellige effekter for de forskellige sociale medier (Figur 3.2).

Mens unges brug af Facebook er forbundet med for eksempel øget frivilligt engagement, så er det modsatte gældende for hyppige brugere af YouTube og Snapchat (Figur 3.2). Denne effekt er størst blandt unge mellem 20–29 år.

På samme måde er unges større forbrug af Snapchat også forbundet med mindre tilbøjelighed at deltage i kulturelle begivenheder – såsom museumsbesøg, biografbesøg, koncertoplevelser etc. – men det modsatte er tilfældet for teenagere, der bruger Twitter.

Alle disse sammenhænge er baseret på sammenligninger mellem unge mennesker med forskelligt tidsforbrug på forskellige platforme. I vores undersøgelse har vi dog også undersøgt, hvor ofte de unge generelt bruger de sociale medier til direkte at kommunikere med andre, og hvor ofte de generelt bruger dem til at kigge på indhold. Igen ser vi, at et øget aktivt brug (direkte kommunikation) faktisk har en positiv indvirkning på, hvor ofte unge deltager i kulturbegivenheder, social aktivitet og frivilligt arbejde (Figur 3.3). Dvs. hvis man har to grupper af unge, som på alle måder synes identiske (samme køn, samme antal nære relationer, samme uddannelsesniveau, samme tidsforbrug på sociale medier etc.), bortset fra, at den ene gruppe bruger sociale medier mere aktivt end den anden, så vil sidstnævnte gruppe også deltage mere i kulturelle begivenheder, gå mere ud med venner og bruge mere tid på frivilligt arbejde.

Den måske vigtigste konklusion, som skal fremhæves i dette kapitel, er derfor, at alle de sammenhænge, vi finder mellem unges brug af sociale medier og deres subjektive og sociale trivsel, er *betingede sammenhænge*. Hvis vi ignorerer afgørende faktorer som alder, køn, sociale forhold, platform og brugsform, så bliver begrebet "forbrug af sociale medier" i sig selv et relativt meningsløst begreb.



”

Når aktiv og passiv brug kan kædes sammen med henholdsvis høj og lav social aktivitet, er det sandsynligvis, fordi brug af sociale medier afspejler andre forhold i din hverdag. For eksempel deltagelse i sociale fællesskaber.

Anne Mette Thorhauge, lektor på Københavns Universitet,
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling

Fremtidens sociale medier skal understøtte det gode liv

4

Der er ingen garantier for, at vi bruger Facebook, Instagram eller Snapchat i fremtiden, men det er usandsynligt, at vi ikke bruger sociale medier overhovedet. Med den fart udviklingen i brug af digital teknologi og sociale medier har taget de seneste år (Facebook har kun eksisteret siden 2006), så virker det mest sandsynligt, at fremtiden kun bliver mere avanceret og kompleks på dette område, og at debatten om, hvorledes vi kan forbedre vores digitale trivsel, fortsætter.

Spørgsmålet bliver derfor: Hvordan kan vi så sikre, at fremtidens sociale medier kan skabe gode rammer for gode liv?

I denne rapport har vi demonstreret, at de unges brug af sociale medier er forbundet med deres subjektive trivsel/mistrivsel, både i øjeblikket når de er online, og generelt, når de er logget af. Hvordan de bruger sociale medier er også forbundet med sociale forhold, såsom tillid og kultur- og foreningsdeltagelse.

Konkrete løsninger på, hvordan sociale medier kan optimeres til at blive mere "livskvalitets-kompatible" i fremtiden, kan for eksempel være etablering af ny digital infrastruktur, offentlig regulering af sociale medier eller blot fremme af en sundere adfærd på de sociale medier. Håndteringen af opgaven kan derfor ligge hos både softwareudviklere, forældre, embedsmænd og politikere, men en kvalificeret håndtering af opgaven kalder på kvalificeret viden.

Her synes det uheldigvis stadig at være et åbent spørgsmål, hvorvidt viden-skaben på området er moden nok til at kunne give anbefalinger baseret på valide og tilstrækkelige data. Helt konkret synes problemet at være, at vores viden om sammenhængen mellem sociale medier og trivsel i stor stil baserer sig på enten små eksperimenter, der ikke er repræsentative for hele befolkningen, eller på store datasæt uden de nødvendige detaljer til at afdække nuancerne i årsag-virkningsforholdet.

Som vi har demonstreret i denne rapport, ændrer historien om sociale medier sig hurtigt, når vi analyserer data i relation til, *hvordan* medierne bruges, *hvem* der bruger dem og *hvilke medier* der bruges.

Baseret på vores research har vi identificeret en række betingelser, som er afgørende for at forstå forholdet mellem sociale medier og trivsel og deltagelse i samfundets ikke-digitale fællesskaber.

Vores viden om sociale medier er baseret på data, der ikke er tilstrækkeligt detaljerede. Denne rapport viser, at unges trivsel og mistrivsel hænger sammen med forbruget af sociale medier, men at vi skal forholde os til, hvordan medierne bruges, hvem der bruger dem, og hvilke medier der bruges.

Fire afgørende betingelser for at forstå og fremme trivsel i relation til sociale medier:

1. HVEM bruger de sociale medier?

I stedet for at se unge mennesker som én samlet gruppe, bør forskere og beslutningstagere skelne mellem forskellige grupper af unge, baseret på alder, køn og sociale forhold. Som denne rapport har påpeget, er der væsentlige forskelle i sammenhængen mellem trivsel og brug af sociale medier, afhængigt af om vi ser på teenagere eller unge voksne, om vi ser på unge kvinder eller unge mænd, og om vi ser på unge med høj eller lav kvalitet af sociale relationer. I vores analyse har vi for eksempel fundet, at unge som har få nære relationer eller ringe emotionel støtte fra deres forældre er særligt udsatte online.

2. HVORDAN bruges de sociale medier?

Mange studier af trivsel og brug af sociale medier forholder sig kun til, *hvor meget tid* de unge bruger på sociale medier, og ikke, *hvad* de bruger tiden på. Det er dog afgørende, at vi forholder os nærmere til typen af brug. Som denne rapport kunne demonstrere, er der betydelig forskel på, om vi bruger vores tid på sociale medier *aktivt*, såsom ved at chatte og interagere med vores venner, eller *passivt*, såsom ved at kigge på billeder, læse nyheder og læse statusopdateringer.

3. HVILKE sociale medier bruges?

Oftest skæres alle sociale medier over en kam. Det skyldes særlig, at de tilgængelige data, som oftest bruges i undersøgelser, ikke specificerer *hvilke* sociale medier de unge bruger, men blot *om* de bruger sociale medier helt generelt. Det er et problem, da medieplatformene er meget forskellige af natur: Instagram, Youtube, Twitter, Tinder, Facebook og LinkedIn kan ganske enkelt gøre forskellige ting – nogle er billedbaserede, nogle er tekstbaserede, nogle er hybrider, nogle opfordrer mere til socialt aktivt brug, mens andre opfordrer til mere passivt brug. Alene i vores studie ser vi væsentlige forskelle i unges trivsel, afhængigt af, hvilke medier de benytter sig af. Det er nødvendigt, at vi fortsat opkvalificerer vores viden om, hvordan sociale mediers design og infrastruktur har implikationer for unges adfærd, trivsel og fællesskaber.

4. HVOR LANG TID bruges de sociale medier?

På trods af, at hovedkonklusionen er, at unges tidsforbrug ikke viser sig at have stor betydning for deres trivsel helt generelt, så ser vi dog en undtagelse ved ekstremt brug. Ekstremt brug synes ubetinget at være forbundet med mistrivsel. Her er det dog særligt vigtigt at have øje for kausaliteten. Vi ved nemlig ikke, om ekstremt brug fører til mistrivsel, eller om mistrivsel fører til ekstremt brug. Det er derfor væsentligt at påpege, at et uhæmmet brug af sociale medier fortsat kan være skadeligt, selv om brugeren er både socialt velfungerende, bruger medierne aktivt og bruger de mindst skadelige medier.

Når vi er klar over disse betingelser, bliver det muligt bedre at forstå, hvordan vi bedst kan håndtere ulemperne og maksimere fordelene ved sociale medier i dag såvel som i fremtiden. Risikoen ved ikke at have disse nuancer for øje er, at løsninger og anbefalinger kan ende med at basere sig på anekdoter, myter og forsimplede generaliseringer. Dermed risikerer vi at overse de egentlige problemer, som er forbundet med unges brug af sociale medier, samtidig med at vi negligerer, hvordan sociale medier også kan hjælpe unge med at tilfredsstille deres fundamentale menneskelige og sociale behov.

Bibliografi

- **Andreasson, U.** (2017). *Tillid – det nordiske guld*, Nordisk Ministerråd. <https://www.norden.org/en/publication/trust-nordic-gold>
- **Appel, H., Gerlach, A. L., & Crucius, J.** (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49.
- **Arampatzi, E., Burger, M. J., & Novik, N.** (2018). Social network sites, individual social capital and happiness. *Journal of Happiness Studies*, 19 (1), 99–122.
- **AudienceProject** (2016). Device Study 2016: Social media across the Nordics; AudienceProject (2017). Insights 2017: Apps & Social Media Usage in the US, UK and Nordics.
- **AudienceProject** (2017). Insights 2017: Apps & Social Media Usage in the US, UK and Nordics. https://www.audienceproject.com/wp-content/uploads/study_social_media_across_the_nordics.pdf
- **Bell, V., Bishop, B. V. M., & Przybylski, A.** (2015). The debate over digital technology and young people. *British Medical Journal*, 351, h3064.
- **Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B.** (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.
- **Birkjær, M.** (2018). *Skyggen af Lykken*, analyse nr 01/2018, Nordisk Ministerråd. <http://norden.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A1236906&dsid=-3484>
- **Brooks, S.** (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well-being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26–37.
- **Burke, M., Marlow, C., & Lento, T.** (2010). Social network activity and social well-being. In *Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems*, 1909–1912.
- **Christoforou, A.** (2011). Social capital across European countries: Individual and aggregate determinants of group membership. *American Journal of Economics and Sociology*, 70 (3), 699–728.
- **Corcoran, K., Crusius, J., & Mussweiler, T.** (2011). Social comparison: Motives, standards, and mechanisms. D. Chadee (Ed.), *Theories in social psychology*, 119–139.
- **Data:** Den Nationale Sundhedsprofil 2017. <http://www.danskernessundhed.dk/>
- **Data:** Eurostat 2018. <https://data.europa.eu/euodp/da/data/dataset/oY2vRJtab1L3klb5T9flg>
- **Data:** Happiness Research Institute 2019. <https://www.happinessresearchinstitute.com/>
- **Data:** PISA 2015. <https://www.oecd.org/pisa/data>
- **Data:** Statistics Sweden 2017. <https://www.scb.se/>
- **Desjardins, J.** (2019). What Happens in an Internet Minute in 2019? *Visual Capitalist*. <https://www.visualcapitalist.com/what-happens-in-an-internet-minute-in-2019/>
- **Diener, E., & Biswas-Diener, R.** (2018). Social Well-Being: Research and Policy Recommendations. *Global Happiness Policy Report 2018*. <http://www.happinesscouncil.org/>
- **Facebook** (2018). Fourth Quarter and Full Year 2018 Results. https://s21.q4cdn.com/399680738/files/doc_financials/2018/Q4/Q4-2018-Earnings-Release.pdf
- **Gilchrist, K.** (2017). Instagram most likely to cause young people to feel depressed and lonely out of major social apps, study says. CNBC: <https://www.cnn.com/2017/05/19/instagram-most-likely-to-cause-young-people-to-feel-depressed-and-lonely-out-of-major-social-apps-study-says.html>
- **Greenfield, S.** (2015). *Mind change: how digital technologies are leaving their mark on our brains*. New York: Random House Incorporated.
- **Haferkamp, N., & Krämer, N. C.** (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14 (5), 309–314.
- **Helliwell, J., Layard, R., & Sachs, J.** (2019). *World Happiness Report 2019*, New York: Sustainable Development Solutions Network. <https://world-happiness.report/ed/2019/>
- **Hymas, C.** (2018). Social media is making children regress to mentality of three-year-olds, says top brain scientist. The Telegraph: <https://www.telegraph.co.uk/news/2018/08/05/social-media-regressing-children-mentality-three-year-olds-says/>
- **Jensen, M., George, M., Russell, M., & Odgers, C.** (2019). Young Adolescents' Digital Technology Use and Adolescents' Mental Health Symptoms: Little Evidence of Longitudinal or Daily Linkages (publication forthcoming)

- **Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P., & Gross, J. J. (2011).** Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37 (1), 120–135.
- **Krasanova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013).** Envy on Facebook: A Hidden Threat to Users' Life Satisfaction? *Proceedings of the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI2013)*.
- **Kross, E., et al. (2013).** Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PloS one*, 8 (8), e69841.
- **Lee-Won, R. J., Shim, M., Joo, Y. K., & Park, S. G. (2014).** Who puts the best "face" forward on Facebook?: Positive self-presentation in online social networking and the role of self-consciousness, actual-to-total Friends ratio, and culture. *Computers in Human Behavior*, 39, 413–423.
- **Lee, S. Y. (2014).** How do people compare themselves with others on social network sites?: The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253–260.
- **Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015).** Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43 (8), 1427–1438.
- **OECD (2013).** ANNEX A, Illustrative examples of subjective well-being measures. In *OECD Guidelines on Measuring Subjective Well-being*. Paris: OECD Publishing. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK189562/>
- **OECD (2017).** *How's Life? 2017: Measuring Well-being*. OECD Publishing, Paris. https://dx.doi.org/10.1787/how_life-2017-en
- **Olson, B. D., & Evans, D. L. (1999).** The role of the Big Five personality dimensions in the direction and affective consequences of everyday social comparisons. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25 (12), 1498–1508.
- **Orben, A., & Przybylski, A. K. (2019).** The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*, 3 (2), 173.
- **Orben, A., Dienlin, T., & Przybylski, A. K. (2019).** Social media's enduring effect on adolescent life satisfaction. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 201902058.
- **Primack, B. A. et al. (2017).** Social Media Use and Perceived Social Isolation Among Young Adults in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*, 53 (1), 1–8.
- **Rasmussen, M. et al. (2019).** Skolebørnsundersøgelsen 2018. København: Statens Institut for Folkesundhed.
- **Sabatini, F., & Sarracino, F. (2019).** Online social networks and trust. *Social Indicators Research*, 142 (1), 229–260.
- **Sagioglou, C., & Greitemeyer, T. (2014).** Facebook's emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 35, 359–363.
- **Shakya, H. B., & Christakis, N. A. (2017).** Association of Facebook use with compromised well-being: A longitudinal study. *American Journal of Epidemiology*, 185 (3), 203–211.
- **Steers, M. L. N., Wickham, R. E., & Acitelli, L. K. (2014).** Seeing everyone else's highlight reels: How Facebook usage is linked to depressive symptoms. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 33 (8), 701–731.
- **Twenge, J. M. et al. (2017).** Increases in Depressive Symptoms, Suicide-Related Outcomes, and Suicide Rates Among U.S. Adolescents After 2010 and Links to Increased New Media Screen Time. *Clinical Psychological Science*, 6 (1), pp. 3–17.
- **Twenge, J. M. (2017).** Have Smartphones Destroyed a Generation? The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2017/09/has-the-smartphone-destroyed-a-generation/534198/>
- **Twenge, J. M., Martin, G. N., & Campbell, K. W. (2018).** Decreases in psychological well-being among American adolescents after 2012 and links to screen time during the rise of smartphone technology. *Emotion*, 18 (6), 765–780.
- **Verduyn, et al. (2015).** Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, 144 (2), 480.
- **Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014).** Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3 (4), 206.
- **Watson, D., Clark L. A., & Tellegen, A. (1988).** Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54 (6), 1063.
- **Wheeler, L., & Miyake, K. (1992).** Social comparison in everyday life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62 (5), 760.

”

Når man er ung, giver det god mening at have en bred bekendtskabskreds. Når man har børn og en fast livspartner, så samler ens sociale interaktion sig om få mennesker og så skifter brugen af sociale medier. Det kan så ændre sig igen, hvis man bliver skilt. Livssituationen betyder meget for, hvordan man bruger sociale medier.

Anne Mette Thorhauge, lektor på Københavns Universitet,
Institut for Medier, Erkendelse og Formidling



Nordisk Ministerråd
Nordens Hus
Ved Stranden 18
1061 København K
www.norden.org

Denne rapport undersøger sammenhængen i Norden mellem unges trivsel og deres forbrug af sociale medier.

Er unges stigende tidsforbrug på sociale medier og foran skærmen et problem for deres personlige trivsel og deres deltagelse i ikke-digitale fællesskaber i samfundet?

Hovedkonklusionen er, at vi ikke kan dømme forbruget af sociale medier som noget entydigt positivt eller negativt for unges trivsel, uden at vi forholder os til, en række helt specifikke betingelser, som nuancerer billedet væsentligt. Vi må forholde os til, hvem der bruger de sociale medier, hvilke sociale medier de bruger, og hvor lang tid de bruger. Vi må også forholde os til, hvordan de sociale medier bruges.

Når vi tager højde for de ovennævnte betingelser, finder vi en række signifikante effekter af unges forbrug af sociale medier, som man kan læse mere om i rapporten.



Happiness Research
Institute