

## **Älskade, hatade sociala medier**

Diskussionskort för ungdomar i årskurs 7–9

Aida Hellsten

Linda Kyrklund

Milja Nurmi

Elina Oinonen

Examensarbete för Socionom (YH-examen)

Utbildning till socionom

Åbo 2024

## EXAMENSARBETE

Författare: Aida Hellsten, Linda Kyrklund, Milja Nurmi och Elina Oinonen

Utbildning och ort: Utbildning till socionom, Åbo

Titel: Älskade, hatade sociala medier – Diskussionskort för ungdomar i årskurs 7–9

---

Datum: 2.5.2024

Sidantal: 42

Bilagor: 5

---

### Abstrakt

Detta utvecklingsinriktade examensarbete är en del av Barnvårdsföreningens projekt "Välmående på nätet", där uppdraget var att utveckla en produkt för professionella som arbetar med unga i årskurs 7–9. Användningen av sociala medier är en central del av ungdomarnas vardag och kan påverka deras välbefinnande. Vårt syfte var att öka medvetenhet och uppmuntra till diskussion om känslor relaterade till sociala medier bland unga i årskurs 7–9.

För produktutvecklingen användes Lean Startup-modellen och produkten testades i tre olika skolor i Åbotrakten. Genom observation och enkät samlades det in data om produktens användbarhet och attraktivitet. Från testerna fick vi uppfattningen att unga hade ett intresse att diskutera känslor som sociala medier kan väcka, speciellt när det handlade om att jämföra sig och känna avund. Detta fick oss att fokusera på jämförelse och avund i vår produkt.

Produkten består av diskussionskort med olika fall och frågor om känslor kopplade till sociala medier. Till den professionellas material hör en insikt på varje fråga, vilka ska ge ungdomarna nya synvinklar. Diskussionskortet lyfter fram både negativa och positiva aspekter med sociala medier. Resultatet av detta examensarbete visar att användningen av diskussionskort är ett bra sätt att väcka diskussion om sociala medier och känslor bland ungdomar i årskurs 7–9.

---

Språk: svenska

Nyckelord: ungdomar, sociala medier, känslor, avund, jämförelse

## OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Aida Hellsten, Linda Kyrklund, Milja Nurmi ja Elina Oinonen

Koulutus ja paikkakunta: Sosionomin koulutus, Turku

Nimike: Rakastettu, vihattu sosiaalinen media – Keskustelukortit 7.–9. luokkalaisten nuorille /Älskade, hatade sociala medier – Diskussionskort för ungdomar i årskurs 7–9.

---

Päivämäärä: 2.5.2024

Sivumäärä: 42

Liitteet: 5

---

### Tiivistelmä

Tämä toiminnallinen opinnäytetyö on osa yhdistyksen Barnvårdsföreningen projektia ”Välmående på nätet”, jossa toimeksiantona oli kehittää tuote ammattilaisille, jotka työskentelevät 7.–9.-luokkalaisten nuorten parissa. Sosiaalisen median käyttö on keskeinen osa nuorten arkea ja voi vaikuttaa heidän hyvinvointiinsa. Tarkoituksenamme oli lisätä tietoisuutta ja rohkaista keskusteluun sosiaaliseen mediaan liittyvistä tunteista, 7.–9.-luokkalaisten nuorten keskuudessa.

Tuotekehityksessä käytettiin Lean Startup -menetelmää ja testasimme tuotetta kolmessa eri koulussa Turun alueella. Tietoa tuotteen käytettävyydestä ja houkuttelevuudesta keräsimme havainnoinnin ja kyselylomakkeiden avulla. Testien perusteella saimme käsityksen, että nuoret olivat kiinnostuneita keskustelemaan sosiaalisen median herättämistä tunteista, erityisesti vertailusta ja kateudesta. Tämä sai meidät keskittymään tuotteessamme vertailuun ja kateuteen.

Tuote koostuu keskustelukorteista, joissa on erilaisia tapauksia ja kysymyksiä sosiaaliseen mediaan liittyvistä tunteista. Ammattilaisten materiaali sisältää näkemyksen jokaiseen kysymykseen, joiden tulisi antaa nuorille uusia oivalluksia. Keskustelukorteissa tuodaan esille sosiaalisen median sekä negatiivisia että positiivisia puolia. Tämän opinnäytetyön tulokset osoittavat, että keskustelukortit ovat hyvä tapa herättää keskustelua sosiaalisesta mediasta sekä tunteista 7.–9. luokkalaisten nuorten keskuudessa.

---

Kieli: ruotsi

Avainsanat: nuoret, sosiaalinen media, tunteet, kateus, vertailu

## **BACHELOR'S THESIS**

Author: Aida Hellsten, Linda Kyrklund, Milja Nurmi and Elina Oinonen

Degree Programme: Degree Programme in Social Services, Turku

Title: Loved, Hated Social Media – Discussion Cards for Young People in Grades 7-9/Älskade, hatade sociala medier – Diskussionskort för ungdomar i årskurs 7-9.

---

Date: 2.5.2024

Number of pages: 42

Appendices: 5

---

### **Abstract**

This practice-based thesis is part of the association Barnvårdsföreningen's project "Välmående på nätet", where the assignment was to develop a product for professionals working with young people in grades 7-9. The use of social media is a central part of young people's everyday lives and can affect their well-being. The aim was to raise awareness and encourage discussion about social media-related emotions among young people in the 7th-9th grades.

The Lean Startup methodology was used for product development and the product was tested in three different schools in the Turku region. Data on the usability and attractiveness of the product was collected through observation and questionnaires. The tests gave us the impression that young people had an interest in discussing emotions that social media can evoke, especially when it came to comparing themselves and feeling envy. This led us to focus on comparison and envy in our product.

The product consists of discussion cards with different cases and questions about emotions related to social media. The professional's material includes an insight into each question, which should give young people new perspectives. The discussion cards highlight both the negative and positive aspects of social media. The results of this thesis show that the use of discussion cards is a good way to raise discussion about social media and emotions among young people in grades 7-9.

---

Language: Swedish

Key words: young people, social media, emotions, envy, comparison

## Innehållsförteckning

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1	Syfte och mål .....	2
1.2	Bakgrund.....	2
<b>2</b>	<b>Ungdomsåren.....</b>	<b>3</b>
2.1	Fysisk utveckling.....	3
2.2	Kognitiv och socioemotionell utveckling.....	4
2.3	Grupper och relationer .....	5
<b>3</b>	<b>Forskning om sociala medier.....</b>	<b>6</b>
<b>4</b>	<b>Sociala medier .....</b>	<b>8</b>
4.1	Hur påverkas unga av sociala medier.....	8
4.2	Belöningssystem på sociala medier .....	10
4.3	Fördelar med sociala medier .....	11
<b>5</b>	<b>Känslor och handlingar .....</b>	<b>11</b>
5.1	Känslornas påverkan .....	12
5.2	Självkänsla.....	13
5.3	Jämförelse och avund .....	14
5.4	Maslows motivationsteori .....	15
<b>6</b>	<b>Socialpedagogik och empowerment.....</b>	<b>17</b>
6.1	Socialpedagogiskt perspektiv .....	18
6.2	Socialpedagogiskt förhållningssätt i skolan.....	19
6.3	Empowermentteorin och empowering photography.....	20
<b>7</b>	<b>Metoder.....</b>	<b>21</b>
7.1	Benchmarking och Lean Startup-modellen.....	21
7.2	Observation och enkät.....	22
<b>8</b>	<b>Etiska aspekter.....</b>	<b>24</b>
<b>9</b>	<b>Utveckling av produkten .....</b>	<b>25</b>
9.1	Processen.....	25
9.2	Benchmarking process .....	27
9.3	Diskussionskort .....	29
9.4	Testning av produkten .....	30
9.4.1	Första testet.....	30
9.4.2	Andra testet .....	32
9.4.3	Tredje testet.....	35
<b>10</b>	<b>Resultat .....</b>	<b>37</b>
<b>11</b>	<b>Diskussion.....</b>	<b>38</b>
	<b>Källförteckning .....</b>	<b>43</b>

## **Bilagor**

Bilaga 1	Observationsschema
Bilaga 2	Frågeformulär för elever
Bilaga 3	Frågeformulär för den professionella
Bilaga 4	Den slutliga produkten
Bilaga 5	Söktabell över artiklar

# 1 Inledning

Detta är ett utvecklingsinriktat examensarbete skrivet av fyra socionomstuderande vid Yrkeshögskolan Novia. Ett utvecklingsinriktat examensarbete syftar till att skapa något nytt för att utveckla arbetslivet. Uppdragsgivaren för examensarbetet är Barnavårdsföreningen, som har efterfrågat utvecklingen av en produkt riktad till professionella som arbetar med ungdomar i årskurs 7–9. Produkten ska behandla temat välmående på nätet genom att erbjuda unga information om nätanvändning och sociala medier, samt stimulera diskussion om ämnet på ett aktivt och innovativt sätt. Uppdragsgivarens önskemål är att produkten ska vara användarvänlig och lämplig för användning under en lektionstid. Dessutom förväntas produkten vara möjlig att vidareutvecklas.

Vi anser att sociala medier för det mesta visar positiva och framgångsrika ögonblick i vardagen, vilket skapar en förvrängd bild av verkligheten. Detta tror vi kan speciellt påverka unga, eftersom de idealiserade bilder och livsstilar som de ser på sina skärmar kan få dem att sträva efter ett liv utom räckhåll. Vi har märkt att utmaningarna med sociala medier har varit omskrivna i nyheter under flera år.

Sociala medier kan lätt leda till att unga människor jämför sig med andra och upplever utseendepress, vilket kan resultera i negativa känslor. I Finland är det vanligt att flickor redigerar sina ansiktsbilder med olika förskönade filter och justerar sina kroppsbilder för att se smalare ut. (MTV Uutiset, 2021). Dessvärre misstänks sociala medier vara en bidragande faktor till psykisk ohälsa, koncentrationssvårigheter och en skev kroppsuppfattning bland unga (Iltalehti, 2023).

Enligt psykoanalytikern Anna Collander kan sociala medier förstärka känslor av avund, eftersom de skapar en bild av att andra alltid presterar väl i sina liv. Känslan av avund betraktas ofta som skadlig och är svår att erkänna. Det är vanligt att man försöker dölja den istället för att hantera den. (Helsingin Sanomat, 2023). Vi har valt att fokusera särskilt på jämförelse och känslan av avund i vår produkt. Vi har även valt att begränsa arbetet till sociala medier eftersom internet utgör ett mycket brett område och vi anser att sociala medier är det som ungdomarna främst använder idag. Centrala begrepp i detta examensarbete är sociala medier, avund, självkänsla och självförtroende.

## 1.1 Syfte och mål

Syftet var att väcka diskussion och öka medvetenhet bland ungdomar i årskurs 7–9 om känslor relaterade till användningen av sociala medier. Målet var att utveckla diskussionskort för professionella att använda i arbete med ungdomar i årskurs 7–9. Vårt syfte och mål öppnade upp för följande frågeställning: Öppnar diskussionskort till samtal om känslor kopplade till sociala medier bland unga i årskurs 7–9?

## 1.2 Bakgrund

Barnvårdsförningen som är uppdragsgivaren för examensarbetet, är Finlands äldsta barnskyddsorganisation, grundad 1893 (Barnvårdsförningen, 2024 a). Föreningen erbjuder stödgrupper för föräldrar, barn och familjer i utmanade livssituationer. Alla grupper leds av professionella och har som syfte att stödja föräldraskap, erbjuda verktyg till vardagen och skapa möjligheter till kamratstöd. (Barnvårdsförningen, 2024 b).

Examensarbetet är en del av Barnvårdsförningens projekt "Välmående på nätet". Projektet är till för att stödja barn och ungdomar i en sund nätanvändning. Projektet syftar till att tillhandahålla verktyg för föräldrar och professionella att diskutera sociala medier och nätanvändning med unga. Inom ramen för projektet organiseras workshop i skolor, temadagar och föräldrakvällar. Genom projektet vill Barnvårdsförningen också öka ungas förmåga att utvärdera digitala källor och kritiskt granska information på nätet. Dessutom fokuserar projektet på hanteringen av skärmtid. (Barnvårdsförningen, 2024 c).

De viktigaste värdena för föreningen är barnets bästa, stöd till föräldrar, ett barnvänligt samhälle samt tillit, trygghet och respekt. FN:s konvention om barnets rättigheter är den vägledande principen för Barnvårdsförningen och man strävar efter att respektera barns rättigheter varje dag året runt. (Barnvårdsförningen, 2024 d).



## 2 Ungdomsåren

I detta kapitel utforskar vi ungdomarnas fysiska, psykiska och sociala utveckling, samt betydelsen av grupper och relationer i den här åldern. Eftersom målgruppen för våra diskussionskort är ungdomar i årskurs 7–9, har vi tillämpat teori om deras utveckling för att få en djupare förståelse för dem. Utvecklingen från barn till vuxen sker snabbt under bara några få år (Hwang & Nilsson, 2019, s. 315). Denna utveckling har en stor inverkan på hur ungdomar känner och upplever olika saker.

### 2.1 Fysisk utveckling

Under puberteten går ungdomar igenom många psykiska och fysiska förändringar. Det är viktigt för dem att lära sig att acceptera de fysiska förändringar som sker i kroppen och kunna betrakta dem som positiva. Dessa förändringar kan väcka olika känslor som ibland kan vara svåra att förstå. Alla förändringar som ungdomar går igenom under puberteten kan ge upphov till humörsvängningar. (Scheler, 2021, s. 70).

Ungdomsåren präglas ofta av kraftfulla känslor. Ungdomar tenderar att känna oro och uppleva fler händelser som emotionellt negativa jämfört med yngre barn. Puberteten, fysiska förändringar och osäkerhet är alla relaterade till ungdomars ökade emotionalitet. Faktorer som orsakar stress hos ungdomar är byte av skola, osäkerhet när de balanserar mellan att vara vuxen och barn, samt ställs inför förändrande krav både i skolan och i sociala relationer. Stressen som ungdomarna upplever kan göra dem mer emotionellt labila. (Tetzchner, 2016, ss. 659-660).

Samtidigt som de går igenom dessa förändringar fortsätter även hjärnan att utvecklas. Den främre delen av hjärnans pannlob går igenom mest förändringar och den är viktig för planering, riskbedömning och impuls kontroll. Dessutom förändras hjärnans struktur, såsom utsöndringen av signalsubstanser som dopamin och serotonin. Dopamin är viktigt för upplevelsen av belöning, medan serotonin är viktigt för upplevelsen av olika sinnesstämningar i olika delar av hjärnan. (Hwang & Nilsson, 2019, ss. 315-317).

Under puberteten går kroppen också igenom snabba förändringar som kan påverka hur ungdomarnas ser på sin kropp. Kroppsuppfattningen formas utifrån våra attityder, erfarenheter, känslor och beteenden. Utseendekulturen har också betydelse, hur kulturen

vi lever i värdesätter skönhet och upprätthåller utseendeideal. Dessa ideal är strikt avgränsade och utesluter majoriteten av människor, vilket är orsaken till att väldigt få lyckas uppnå dagens utseendeideal även om de försöker. (Hwang & Nilsson, 2019, s. 322)

Kamraters attityder påverkar också hur unga ser på sina kroppar. Det är vanligt att ungdomar som blir retade för sitt utseende utvecklar en mer negativ kroppsuppfattning, särskilt om retningen handlar om vikt. Skolan är en viktig arena när det gäller ungdomars uppfattning om sina kroppar. Att bli utsatt för nedlåtande kommentarer om ens kropp och inför sina klasskamrater kan ha långvariga negativa konsekvenser. (Hwang & Nilsson, 2019, s. 323).

## 2.2 Kognitiv och socioemotionell utveckling

Till den kognitiva utvecklingen hör de områden av hjärnan som handlar om socialt beteende och interaktion, vilket ofta kallas den sociala hjärnan. Under tonåren går den sociala hjärnan förändringar som gör ungdomar mer uppmärksamma på sociala signaler, såsom ansiktsuttryck och beteenden hos andra människor. Tonåringar är också känsligare än både barn och vuxna när det gäller sociala bedömningar, vilket kan förklara varför de lättare upplever situationer pinsamma eller obekväma. (Hwang & Nilsson, 2019, s. 329).

Under tonåren förändras dynamiken i kamratrelationer och jämnåriga vänner blir allt viktigare. Den socioemotionella utvecklingen innefattar att ungdomar lär sig mera om social interaktion och hur man underhåller vänskapsrelationer, samtidigt som de behöver ta ansvar för sina relationer. Deras identitet börjar ta form på nya sätt, vilket innebär att de börjar reflektera över vilka personer de vill vara och utvecklar förmågan att stå upp för sig själva. Samtidigt börjar de också fundera över sina framtidsmål och vad som krävs för att uppnå dem. Det är viktigt för ungdomar att kunna fatta egna beslut, men de behöver också stöd från vuxna för att hitta en balans i livet. (Scheler, 2021, s. 70).

Identitet innebär hur en person uppfattar sin roll och sin plats i ett större socialt sammanhang. Identitetsutvecklingen är en väsentlig del av ungdomarnas socioemotionella utveckling, men den fortsätter att utvecklas och formas genom hela livet. Identitetsutvecklingen går ut på att människan utforskar och väljer mellan olika värderingar och attityder för att hitta sin plats i samhället. (Tetzchner, 2016, s. 660).

Enligt psykologen Erik Homburger Erikson går människan igenom sociala kriser i åtta faser, varav ungdomsåldern är den femte fasen. Under denna fas definierar individen aktivt sig själv och funderar över framtiden, medan de står inför den sociala krisen att utveckla sin identitet. Ungdomar söker nya förebilder och inspirationskällor för att forma sin identitet då de inte längre kan förlita sig på sina föräldrar på samma sätt som i barnåren. De befinner sig i ett psykosocialt moratorium, där de experimenterar med olika roller och attityder utan att ha klart för sig vilket yrke eller vilka roller de vill utforska i framtiden. (Tetzchner, 2016, ss. 660-661).

Moratoriet är en övergångsperiod mellan barndomens trygghet och vuxenlivets självständighet. Om de inte lyckas hantera de sociala utmaningarna på ett bra sätt kan det leda till förvirring kring sin roll och osäkerhet kring sin identitet. Detta kan yttra sig genom att ungdomar antingen drar sig tillbaka och isolerar sig från familjen, eller förlorar sin egen identitet genom att anpassa sig till en grupp jämnåriga kamrater. Om den sociala krisen hanteras positivt kan det leda till ökad engagemang och samhörighet med andra. Att uppnå en identitet innebär att känna sig bekväm i sin kropp, ha en riktning för framtiden och vara säker på att bli accepterad av viktiga personer i ens liv. (Tetzchner, 2016, s. 661).

### 2.3 Grupper och relationer

Grupper spelar en betydande roll i människans utveckling genom hela livet. Under ungdomsåren är relationer speciellt viktigt eftersom det är då människans identitet utvecklas. (Hwang & Nilsson, 2014, s. 21). Tonåren innebär oftast att avståndet mellan den unga och föräldern ökar när den unga försöker bli mer självständig. Föräldrarna kan ifrågasätta den ungas förmåga att fatta egna beslut, medan den unga upplever sig redo för detta ansvar. Detta kan leda till tvister mellan den unga och föräldern, men de är sällan allvarliga. En varm relation mellan föräldern och den unga kan även minska konflikter mellan syskon. (Hwang & Nilsson, 2014, ss. 29-30).

Ungdomar tillbringar mycket tid med jämnåriga kamrater och det är viktigt för vuxna att förstå den betydelse som dessa relationer har. Det är viktigt för den ungas identitetsutveckling att ha jämnåriga kamrater eftersom de fungerar som rollmodeller för varandra. Den unga kan uppleva sig som annorlunda och ha ett stort behov att vara som de andra. Detta leder ofta till reflektioner kring att vara tillräcklig och att duga i de grupper

man tillhör. För att främja en positiv utveckling är det viktigt med hälsosamma vänskapsrelationer. Vänner stärker självbilden, ger tillit och stabilitet, samt ger en känsla av tillhörighet. (Hwang & Nilsson, 2014, ss. 30-33).

Ungdomarna är själva delaktiga i att forma omgivningen de lever i. Gruppsyck är en av de faktorer som påverkar hur ungdomarna beter sig, hur de klär sig och vem de spenderar tid med. Gruppsyck handlar dock inte endast om det yttre utan också om en önskan att vara lik de andra för att bli accepterad av den gruppen man tillhör. (Hwang & Nilsson, 2014, s. 34).

### 3 Forskning om sociala medier

I det här kapitlet presenterar vi olika forskningar om sociala medier och unga människor. Genom dessa studier har vi fått en inblick i hur ungdomar använder och upplever sociala medier samt vilka positiva och negativa effekter det kan ha. Det har inspirerat oss till att inkludera olika teman i våra diskussionskort såsom kroppsuppfattning, tillhörighet, mobbning och olika känslor.

Some ja nuoret – tutkimus sammanfattar resultaten av undersökningar som gjorts om användningen av sociala medier bland ungdomar och unga vuxna i Finland. Undersökningen sträckte sig över hela Finland och respondenterna var unga mellan 13 och 29 år som bodde i landet. Resultaten visar att ungefär 17 procent av ungdomar i åldrarna 13–17 använder internet mer än 51 timmar per vecka. Antalet timmar som spenderas online verkar ha ökat stadigt över tid. Enligt undersökningen är de mest populära sociala medieplattformar bland unga WhatsApp, YouTube, Instagram, Tik Tok och Jodel. Det är vanligt att ha realtidskonversationer via snabbmeddelandetjänster eller chattar, vilket har varit en del av ungas vardag redan i flera år. (Ebrand, 2022).

Kommunikation är en viktig social aktivitet som förstärker känslan av tillhörighet och ger känslor av glädje samt trygghet för många deltagare i undersökningen. Många ungdomar uppgav att de fått stöd för olika problem genom sociala medier, samtidigt som de också känt negativa känslor som osäkerhet och oro på grund av användningen av dessa plattformar. Unga människor behöver regelbundet konkret vägledning och diskussion om hur man använder sociala medier på ett säkert och ansvarsfullt sätt. Föräldrar till unga bör också vara medvetna om potentiella problem med deras barns användning av sociala

medier. Det kan handla om mobbning i form av elaka kommentarer, bilder, spridning av falsk information och hot. (Ebrand, 2022).

Resultaten från den svenska undersökningen Unga & medier visar dock att andelen ungdomar i åldrarna 13 till 16, som använder sociala medier mer än tre timmar per dag, har minskat under 2022. Rapporten i sin helhet behandlar medieanvändningen bland barn och unga i åldern 9–18, men resultaten är inte entydiga. Det finns skillnader mellan ålder, kön och ungdomar med funktionsnedsättningar. Trots detta finns det små tecken på en vändning i trenden av användningen av sociala medier. (Statens medieråd, 2023, s. 4).

Undersökningen visar att sociala medier är den näst vanligaste medieaktiviteten bland ungdomar idag. Både pojkar och flickor i åldern 9–18 använder främst TikTok, Snapchat och Instagram. Enligt undersökningen är aktiviteten på dessa plattformar främst att skrolla igenom innehållet, men de använder också sociala medier för att umgås med sina vänner. Dessutom framgår det att ungefär hälften av ungdomarna som använder sociala medier aldrig publicerar egna bilder eller videon. Överlag ägnas relativt lite tid åt att skapa eget innehåll på dessa plattformar, istället används tiden till chattande eller att kommentera andras inlägg. (Statens medieråd, 2023, ss. 8-9).

Enligt en studie utförd i Storbritannien är användningen av sociala medier under tidiga tonåren förknippat med sämre välbefinnande i senare tonåren, särskilt bland flickor. Effekterna av sociala medier på välbefinnandet, såsom depressiva symtom, låg självkänsla och missnöje med den egna kroppen, har visat sig vara vanligare bland flickor. Däremot har pojkar till följd av överdriven teknikanvändning, rapporterat att de känner sig oftare skeptiska och otillräckliga jämfört med flickor. (Yvonne, Zilanawala, Booker, & Sacker, 2019).

I Irland har man undersökt om självmedkänsla kan hjälpa mot problem med kroppsuppfattningen som kan uppstå till följd av sociala medier. Studien inkluderade deltagare i åldern 15–17 och genomfördes genom ett 5-veckorsprogram där ungdomarna deltog i veckovisa lektioner om ämnet. Programmet omfattade informationsdelning, gruppdiskussioner och gruppövningar. Dessutom fick ungdomarna varje vecka göra olika självständiga övningar, inklusive mindfulness, andningsövningar, meditation, övningar om självmedkänsla samt skriftliga reflektionsövningar om deras egna beteende. Resultaten

visade att flickornas uppfattning om sina kroppar förbättrades och att deras självkritik minskade. Hos pojkar ökade kroppstillfredsställelsen. (Mahon & Hevey, 2023).

## 4 Sociala medier

Detta kapitel handlar om sociala medier och deras användning, samt deras påverkan på ungdomar. Uppdragsgivarens bad oss att lyfta fram fördelar med sociala medier, vilket motiverade oss att ägna ett särskilt kapitel åt detta. Vi har utnyttjat denna teori i diskussionskortet genom att inkludera teman som skönhetsideal, självkänsla, jämförelse, avund, bekräftelse och fördelar med sociala medier.

Sociala medier utgör online-plattformar tillgängliga på internet, inklusive appar där användare kan ha kontakt med varandra och uttrycka sina åsikter. På dessa plattformar kan man dela bilder, videon och annat material. Verksamheten är social eftersom användare kan nätverka med varandra och reagera på varandras inlägg. Genom sociala medier kan användare hitta personer med liknande intressen eller gemensamma mål, vilket skapar en känsla av samhörighet. Både enskilda individer och organisationer använder dessa plattformar för att publicera innehåll. (Jyväskyläns yliopisto, u.d.).

Ungdomar använder digitala enheter och spenderar mycket tid på sociala medier. De kan vara skickliga på att använda olika elektroniska enheter och plattformar, men det som ofta saknas är förmågan att utvärdera innehållet på en djupare nivå. Det handlar om att kunna avgöra om innehållet kan vara skadligt för dem och hur de undviker att bli beroende. (Scheler, 2021, ss. 71-72).

### 4.1 Hur påverkas unga av sociala medier

Vanligtvis delar människor information om sig själva på sociala medier, vilket kan vara personliga berättelser, åsikter och bilder på sig själva ensamma eller i sällskap med andra. Att avgöra vilken information man bör dela kräver mycket eftertanke. Människan behöver reflektera över sina egna tankar och känslor, samt vilken bild man vill förmedla andra människor om sig själv. (Nutley, 2022, s. 124).

En bild som man tar på sig själv och delar på sociala medier kallas för selfie ("Selfie", u.d.). Att få till den perfekta selfien innebär en hel del arbete, från att hitta bra ljus och rätt vinkel

till att fixa ett smickrande ansiktsuttryck, posera snyggt och välja rätt filter. Det kräver också ett flera försök för att se bra ut även utanför den digitala världen, med tanke på kläder, smink, frisyr, hårborttagning och annat. På vissa sociala medier handlar det bara om bilder och när man bläddrar igenom dem ser man en mängd ansikten och kroppar, särskilt av kvinnor. (Nutley, 2022, s. 126).

Under tonåren kan man ha brist på förmåga att omvärdera och se saker från olika perspektiv. Därför är det inte hälsosamt för tonåringar att tillbringa flera timmar om dagen med att bläddra igenom kändisars noggrant utvalda bilder. Sociala medier påverkar oss alla, men ungdomar påverkas särskilt mycket av flera anledningar. (Nutley, 2022, s. 128). Bakgrunden och livssituationen hos unga människor påverkar deras sårbarhet på sociala medier (Pelastakaa Lapset ry, 2021, s. 9).

Det är vanligt att jämföra sig med andra både på och utanför sociala medieplattformar (Waldinger & Schulz, 2023, s. 55). Sociala medier har öppnat upp för en mängd jämförelseobjekt (Pietikäinen, 2021, s. 38). Genom dessa plattformar kan vi jämföra oss med fler människor än någonsin tidigare, vilket utvidgar vår sociala rankning. Dessa plattformar utnyttjar våra emotionella drivkrafter genom att locka fram vår nyfikenhet, vårt behov av belöning och vår rädsla att hamna utanför. Kvinnor kan uppleva ångest när de ser bilder av kroppar som motsvarar deras skönhetsideal. Innehåll som fokuserar på utseende förstärker en tendens att objektifiera sig själv och regelbunden exponering för orealistiska skönhetsideal ökar risken för sämre självkänsla, kroppsuppfattning och ätstörningar. (Nutley, 2022, s. 128).

Många olika faktorer påverkar vår upplevelse av sociala medier, men det verkar som att avund är en central faktor. Det som verkar väcka mest känslor av avund hos oss är andra människors "lycka", när vi ser hur de semesterar och umgås med andra. Hur mycket vi fokuserar på denna känsla är en avgörande faktor för vår grad av nedstämdhet till följd av det. Det finns en koppling mellan passiv konsumtion och känslor av avund, samt missnöje med eget liv. De som endast tittar på och läser andras uppdateringar kan uppleva att andra lever ett bättre liv än de själva, vilket kan leda till en ökad känsla av distans och ensamhet. Denna känsla av ensamhet kan i sin tur öka risken för att utveckla depression. (Nutley, 2022, ss. 162-163).

Självkänslan är ofta skör under tonåren och popularitet spelar en stor roll. Den snabba utvecklingen av teknologin har introducerat nya möjligheter att attackera människor bakom skärmen. Genom elaka kommentarer och andra medel kan en person avsiktligt skada någon som den är avundsjuk på. (Cullberg Weston, 2010, ss. 62-84). I sociala medier förmedlas känslor inte på samma sätt som i kommunikation ansikte mot ansikte, vilket gör det svårt att förstå den andra personens situation fullt ut. Detta ökar även risken för medvetna förolämpningar. (Kosola & Moisala, 2019, s. 36). Trots olika risker kan känslan av att vara avundsvärd kännas bra (Cullberg Weston, 2010, s. 84).

## 4.2 Belöningssystem på sociala medier

Sociala medieplattformar är medvetet utformade för att maximera användartiden, vilket gör det svårt att sluta titta på nya meddelanden, uppdateringar och nyhetsflöden (Kosola & Moisala, 2019, s. 73). Ungdomar är särskilt känsliga för belöningar och dessa plattformar är konstruerade med belöningssystem (Nutley, 2022, s. 123). Ungdomar kan dras till sociala medier för att få belöningar (Kosola & Moisala, 2019, s. 73).

Bara att få en förfrågan om kontakt kan ses som en belöning och bekräftelse på ens sociala status. En av de vanligaste funktionerna av bekräftelse och belöning är "like"-knappen som finns på de flesta plattformar. Den kan ses som en modern form av valuta för social uppmärksamhet, något som vi både har möjlighet att ge och som vi strävar efter att få. Människor drivs av sociala belöningar och att bli bekräftad och sedd är viktigt för vår psykiska hälsa. (Nutley, 2022, ss. 123-124).

Själva handlingen att dela med sig information aktiverar belöningssystemet i hjärnan och när vi förväntar oss positiv feedback av andra utsöndras snabbt dopamin i hjärnan vilket ökar vårt välmående. När vi sedan får respons i form av likes eller kommentarer, bekräftas vår känsla av att vara viktiga och del av ett socialt sammanhang. Detta sker även om responsen inte är enbart positiv. Vi får också belöning genom av att konsumera andras innehåll och bläddra igenom flödet, eftersom det stimulerar vår nyfikenhet, vilket är en annan primär drivkraft. Sammanfattningsvis är belöningssystemet en central del av våra aktiviteter på sociala medier. (Nutley, 2022, ss. 123-124).



### 4.3 Fördelar med sociala medier

Med tanke på den globala spridningen som sociala medier har fått, måste dessa plattformar ha en betydande mängd fördelar (Nutley, 2022, s. 169). De underlättar kommunikationen mellan vänner och bekanta, samt ger möjligheten att dela sina åsikter och uppleva kamratstöd (Waldinger & Schulz, 2023, ss. 146-147). Sociala medier fyller vårt naturliga behov av kontakt och samhörighet med andra människor. De öppnar upp möjligheter för att knyta nya kontakter, fördjupa intressen, vidga perspektiv och skapa globala nätverk. (Nutley, 2022, s. 169). Vidare kan sociala medier fungera som ett verktyg för empowerment, där användarna kan bli aktiva och påverka innehållet i sociala medier. Även konstnärliga inlägg på sociala medier kan spridas och ge nöje åt en global publik. (Hjort & Hinton, 2019, ss. 44-46).

När det handlar om vårt psykiska välmående finns det också fördelar: människor som vågar vara ärliga om sin psykiska hälsa på sociala medier kan få ett betydande socialt stöd. Många unga kan uppleva det lättare att skriva hur de mår än att säga det högt och detta kan vara det första steget mot att söka hjälp. Att skicka textmeddelanden till vänner och familj har faktiskt bevisats ha positiva effekter på den psykiska hälsan. Såväl sociala medier som digitala stödchattar ger nya möjligheter till hjälp som annars kanske inte hade existerat. Under de senaste åren har sociala medier erbjudit en mängd information om psykisk ohälsa och självhjälp, vilket har blivit värdefullt för många. Sociala medier har även spelat en stor roll i att driva viktiga rörelser och upprop som rör samhällsfrågor och klimatet. (Nutley, 2022, ss. 169-170).

## 5 Känslor och handlingar

Eftersom känslor är till för att hjälpa människor i olika situationer, är regleringen av känslor viktigt för människans välbefinnande. När människan blir medveten om sina egna känslor och orsakerna bakom dem, kan hen medvetet välja att reglera sina känslor. (Nummenmaa, 2010, s. 149). Detta kapitel beskriver hur känslor uppstår, betydelsen av självkänsla samt fenomenen jämförelse och avund. Dessutom presenteras Maslows motivationsteori för att belysa varför människan ständigt strävar efter att tillfredsställa nya behov i livet. Dessa teman har varit centrala i utvecklingen av diskussionskorten, som ska ge information om olika känslor och insikter som kan vara till hjälp för att hantera dessa känslor.

## 5.1 Känslornas påverkan

Känslorna påverkar människan både fysiskt och psykiskt. De påverkar vår livskraft och hur vi upplever olika händelser, samt hur vi interagerar med andra människor. Ångest kan göra att kroppen känns tung och spänd, medan glädje kan ge en känsla av lätthet och bekvämlighet. Sköna och bra känslor förbättrar vår prestationsförmåga, vilket gör det lätt att vara aktiv när vi känner oss glada. Även i svåra situationer är känslor viktiga, eftersom de kan ge oss kraft att orka och få saker gjorda. Huvudsyftet med känslor är att främja välbefinnandet genom att hjälpa oss att anpassa oss till olika situationer och förändra vårt beteende när det behövs. Känslor hjälper oss att identifiera saker som vi vill ha mer av i livet och det vi vill undvika. Genom att vara medveten om våra känslor kan vi medvetet söka efter lösningar på situationer som vi upplever negativa. (Nummenmaa, 2010, ss. 11-18).

Det finns två huvudsakliga sätt att reglera känslor: proaktiv reglering och förändring av den emotionella reaktionen. Proaktiv reglering innebär att förutse en situation som kan orsaka negativa känslor och anpassa vårt beteende för att antingen förbättra situationen eller avlägsna problemet helt. Om någons beteende upplevs störande och det blir svårt att umgås med personen, finns det olika sätt att hantera situationen. Ett alternativ är att ta upp problemet direkt genom kommunikation och försöka lösa det. Ett annat sätt är att organisera situationen så att man undviker kontakt med personen helt och hållet. Man kan också lindra problemet genom att arrangera träffen så att man inte är ensam med personen. (Nummenmaa, 2010, ss. 149-151).

Det andra sättet att reglera känslor är att förändra den emotionella reaktionen. Genom att ta hand om vårt välbefinnande kan vi påverka våra känslomässiga reaktioner. Detta kan uppnås genom att reflektera över hur mycket vi tillåter våra känslor att styra våra handlingar. Att medvetet välja aktiviteter som får oss att tänka på annat kan bidra till att förbättra vårt mående. Exempel på sådana aktiviteter är kulturevenemang och motion. Socialt umgänge är också viktigt för vår övergripande hälsa. Trots att det ursprungliga problemet kanske inte försvinner, hjälper dessa aktiviteter till att upprätthålla vår funktionsförmåga. Att förändra våra emotionella reaktioner är särskilt viktigt i situationer där det är utmanande eller omöjligt att förutse och lösa problemet genom egna handlingar. (Nummenmaa, 2010, s. 151).

## 5.2 Självkänsla

Självkänsla innebär en upplevelse av egenvärde och respekt för sig själv. Ju mer man är medveten om sina egna kvaliteter, styrkor och personliga egenskaper, desto bättre kan man använda dem i sitt liv och i sina relationer. Att vara medveten om sina svagheter möjliggör också hantering och utveckling av dem. Självkänsla kan också förstås som självförtroende eller beskrivas utifrån mängden självrespekt och självsäkerhet. (Keltikangas-Järvinen, 2010, s. 18).

Självkänsla är förmågan att hålla fast vid sina egna mål, att försvara sig själv och stå upp för sina rättigheter. Det innebär också att vara nöjd med sin egen prestation. Självförtroende handlar om hur mycket man tror att man kan påverka sitt eget liv genom sina beslut. Det handlar också om att inte konstant tvivla på och ångra de val man gör. Självförtroende innebär även modet att sätta höga krav på sig själv och att ta sig an utmaningar. (Keltikangas-Järvinen, 2010, s. 18).

Enligt psykologen Liisa Keltikangas-Järvinen är självkänsla individens förmåga att lita på sig själv, tycka om och värdesätta sig själv, trots upplevda svagheter. En sund självkänsla innebär att man ser fler positiva än negativa egenskaper i sig själv, samtidigt som man behåller en ärlig självbild och är medveten om sina egna svagheter. Att erkänna sina svagheter påverkar inte ens självförtroende eller skapar ångest som måste ständigt hanteras. Det innebär istället att vara ärlig om sina brister utan att förlora sin självrespekt. Stark självkänsla möjliggör även att man ser det unika i sitt egna liv och förstår sitt eget värde. Det gör det också möjligt att se kompetensen och värdet hos andra människor. (Keltikangas-Järvinen, 2010, ss. 17-19).

Självkänslan byggs gradvis upp under de första skolåren och kan vara särskilt känslig under tonåren. Ungdomars självkänsla varierar, men speciellt under de tidiga tonåren. Dock tenderar de som har en god självkänsla att fortsätta ha det under hela tonåren. Under tonåren kan bara tanken på bristande självkänsla förstärka känslan av otillräcklig självkänsla. (Keltikangas-Järvinen, 2010, ss. 33-34).

I början av puberteten är barn ofta självcentrerade och deras självbild går genom snabba och stora förändringar. Dessa förändringar i självbilden behöver dock inte nödvändigtvis innebära en förlust av självkänsla. Det är först under tonåren som självkänslan börjar

utvecklas på ett sätt som kan mätas. I stället för att fokusera på potentiella problem bör man uppmärksamma de många nya möjligheter till personlig utveckling som tonåren erbjuder. Ungdomar är öppna för intryck och självreflektion samt redo att omforma sin självbild. (Keltikangas-Järvinen, 2010, ss. 33-34).

### 5.3 Jämförelse och avund

Varje interaktion med en människa kan medföra en risk för jämförelse, då vår självuppfattning formar sig genom samspel med andra människor och vår omgivning (Cullberg Weston, 2010, s. 43). Jämförelser är vanliga och görs ofta för att uppleva tillhörighet. Vid låg självkänsla kan individer tendera att jämföra sig med andra och reflektera över sitt eget värde genom dessa jämförelser. (Pietikäinen, 2021, s. 38).

Människan söker ofta godkännande från andra, vilket gör att interaktioner framhäver de aspekter av en själv som man söker godkännande för. Genom att spegla sig själv i andra formar människan sina beteenden efter andras reaktioner. Dessutom är inte all feedback lika viktigt, utan människan väljer ofta ut de viktigaste personerna att ta feedback från. (Lahikainen, 2010, s. 128). Människans behov av gemenskap gör att man funderar över vad andra tycker om en själv (Pietikäinen, 2021, s. 36).

Ett starkt självförtroende innebär att man tror på sig själv och sin egen förmåga, att ha en realistisk syn på sin kompetens och acceptera sig själv med alla sina egenskaper. I skolmiljö tenderar elever att jämföra sig själva med andra och även sitt eget självförtroende med kamrater. Osäkra elever kan må ännu sämre när de ser att andra verkar självsäkra. Negativa tankar om en själv och ens förmågor försämrar situationen eftersom negativa tankar tar energi. Däremot bidrar positiva tankar till att stärka självförtroendet. (Angelöw, Jonsson, & Stier, 2015, ss. 27-28).

Avund är en känsla som vi ofta observerar redan i den tidiga barndomen, vilket tyder på att den är en grundläggande känsla. Avund fokuserar på jämförelser av status och är nära släkt med känslan av skam. Det är genom jämförelser som känslan av avund uppkommer. Historiskt sett ansågs avundskänslan vara viktigt för överlevnad, då människor tävlade om mat för att överleva. (Cullberg Weston, 2010, ss. 45-46). Den svenska psykologen och psykoterapeuten Marta Cullberg Weston beskriver avund som en känsla som väcker många känslor. Hon anser att känslan av avund ligger bakom bland annat jämförelse och

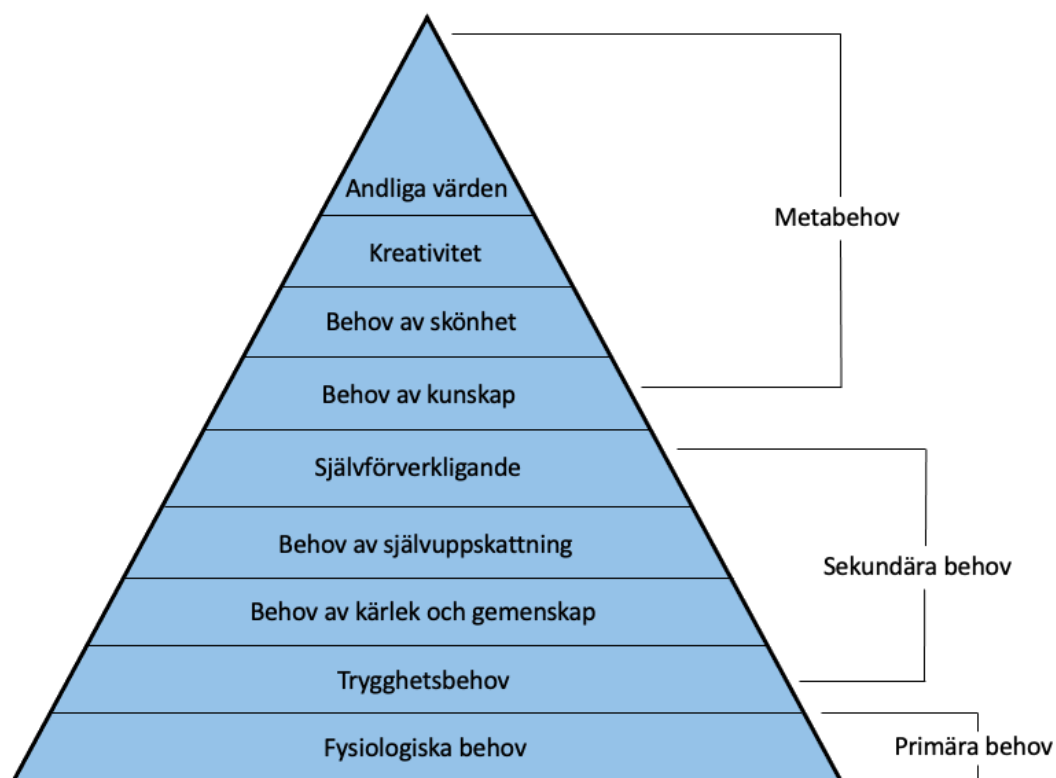
konkurrens, som idag är aktuella teman i vårt samhälle. Cullberg Weston framhäver att avund inte endast har en destruktiv inverkan, utan kan också vara en drivkraft för personlig utveckling. (Cullberg Weston, 2010, ss. 8-9).

Känslan av avund är relaterad till en brist på något och upplevs särskilt hos personer som känner sig osäkra. När man känner sig otillräcklig jämför man sig ofta med andra. Att känna överdriven avund kan vara skadligt och störa vår förmåga till logiskt tänkande. (Ninivaggi, 2010, ss. 2-4). En person som känner avund vill gärna ha det som den andra har, men vet inte hur det ska uppnås. Ibland kan känslan avund bli så stark att man till och med önskar att något dåligt ska hända den andra personen. Avund är ofta svårt att prata om och det är vanligt att man undviker att använda ordet direkt. (Schoeck, 1987, ss. 8-14).

Social ojämlikhet förstärker känslor av avund och kan även hindra människor från att agera, då de inte vill bli föremål för avund. Trots detta har avund genom historien motiverat människor att förbättra sig själva. För att göra detta måste de som känner avund hitta sätt att hantera denna känsla. Att fundera över orsakerna till avund tar energi och kan förvärra situationen, medan att sätta upp realistiska mål för förbättringar kan vara till hjälp. (Schoeck, 1987, ss. 5-14). För personlig utveckling är det viktigt att känna igen sin egen avund och bearbeta den. Först då kan man agera på ett medvetet och strategiskt sätt för att nå sina mål. (Ninivaggi, 2010, s. 4).

#### 5.4 Maslows motivationsteori

Den amerikanska psykologen Abraham Maslow har utvecklat en motivationsteori som beskriver mänskligt beteende. Enligt Maslow är människan motiverad att agera för att få in nya positiva saker i sitt liv. Genom att sätta upp mål och syften strävar människan efter att uppnå något som skapar mer lycka. Ändå är människan sällan helt tillfreds med sitt liv eller det hen har åstadkommit. Känslan av tillfredställelse försvinner snabbt, vilket gör att människan känner ett behov att uppnå något nytt. Dessa nya behov driver människan framåt. (Tamm, 2012, ss. 120-121).



**Figur 1. Maslows behovspyramid (Tamm, 2012).**

Figur (1) visar Maslows behovspyramid, som beskriver hierarkin av mänskliga behov. Den lägsta nivån i pyramiden omfattar de grundläggande mänskliga behoven som alla människor har. På den översta nivån finns behov som inte är livsviktiga. Behovspyramiden visar hur behoven förändras från en nivå till en annan. Maslow använde även begreppen utvecklingsbehov och bristbehov. Bristbehov refererar till situationer där individen inte får tillräckligt med trygghet, kärlek, respekt och uppskattning. En brist på dessa behov gör det svårare för individen att utvecklas. Utvecklingsbehov omfattar alla behov som finns i pyramiden. När ett behov uppfylls ökar det individens välbefinnande och möjliggör vidareutveckling. (Tamm, 2012, s. 121).

För att människan ska må bra behöver den känna trygghet. En trygg familj, ett säkert hem, dagliga rutiner och bekanta, stabila saker i livet bidrar särskilt till en känsla av trygghet. Dessutom är närvaron av pålitliga människor i ens närhet, som man kan umgås med och som kan hjälpa vid behov också viktigt. Andra väsentliga behov hos människan är kärlek och gemenskap. Alla individer behöver kärlek och en känsla av samhörighet. För barn är kärlek viktigt för deras utveckling och för att de ska bli balanserade individer. Särskilt för ungdomar är gemenskap och vänskapsrelationer viktigt. Betydelsen av kärlek och

gemenskap blir tydligt hos dem som inte får dessa behov tillgodosedda. Självuppskattning är också viktigt, där en person strävar efter att känna självrespekt och bli uppskattad av andra. Människor vill bli uppskattade för sina insatser och uppskattning från andra kan hjälpa människor att hantera svåra situationer. (Tamm, 2012, ss. 122-124).

På den högsta nivån av behovspyramiden finns behovet av självförverkligande. Människor som inte lyckas förverkliga sig själva är vanligtvis missnöjda med sig själva. Att nå denna nivå är en utmaning eftersom det kräver tillräcklig självkänedom för att göra rätt val i livet och förverkliga sig själv till fullo. På den sista nivån finns metabehoven, vilka inte är hierarkiskt ordnade utan anses vara likvärdiga. Individen uppnår dessa behov i sin egen takt och ordning utifrån på sin livssituation. En person som har uppnått nivån för självförverkligande har vanligtvis också nått sina metabehov. (Tamm, 2012, ss. 124-126).

## 6 Socialpedagogik och empowerment

I det här kapitel beskriver vi socialpedagogikens två utvecklingslinjer, socialpedagogiskt arbete och hur det tillämpas i skolmiljö. Genom ett socialpedagogiskt perspektiv i utvecklingsprocessen strävade vi efter att närma oss ungdomarna på ett sätt som stöder deras sociala förmågor. Det gav oss också insikter om hur ungdomarna lär sig, bland annat genom samarbete och dialog. Detta påverkade vårt beslut om hur vi utformade diskussionskorten för användning.

Vi tar även upp empowermentteorin och Empowering Photography. Genom att veta hur empowerment kan tillämpas i arbetet med ungdomar, kunde vi utforma diskussionskorten för att passa målgruppen och lyfta fram deras egna resurser och förmågor. Genom Empowering Photography insåg vi kraften i bildernas förmåga att förtydliga budskapen i diskussionskorten.

## 6.1 Socialpedagogiskt perspektiv

Socialpedagogiken har två olika utvecklingslinjer, en som betonar allmän social fostran och en som fokuserar på att konfrontera sociala problem med pedagogiska medel. Dessa två utvecklingslinjer lever fortfarande kvar inom socialpedagogiken som två tolkningar av socialpedagogikens tillämpningsområde och uppgifter. (Nivala & Ryyänen, 2019, s. 56).

Socialpedagogikens allmänna uppgift går ut på att stödja varje individ i sin sociala utveckling, både i samhället och som samhällsmedborgare. Den allmänna uppgiften gäller oftast alla och innebär att stödja varje persons utveckling som en social och unik varelse samt att främja meningsfull samexistens. När man talar om socialpedagogikens allmänna uppgift, avser det vanligtvis att socialpedagogiken betraktas som vetenskapen om social fostran. Detta innebär att den utforskar den mänskliga sociala utvecklingen och hur den kan stödjas, samt dess relevans för samhället. Medan socialpedagogikens specifika uppgift är att pedagogiskt möta människor vars liv hotas eller försvåras av specifika risker, behov och sociala utmaningar. Syftet är att förebygga, lindra och åtgärda dessa genom både pedagogiskt stöd och socialt påverkansarbete. (Nivala & Ryyänen, 2019, ss. 57-58).

Socialpedagogiskt arbete utförs genom möten mellan professionell och klient. Den professionella använder pedagogiska metoder för att förebygga, lindra och lösa olika sociala problem och missförhållanden. Det viktigaste kännetecknet för socialpedagogiskt förhållningssätt är det dialogiska mötet och hur man etablerar en relation med de människor man arbetar med. I det socialpedagogiska arbetet grundar sig mötet på en förståelse av dialogisk interaktion, vilket innefattar öppenhet, jämlikhet, närvaro, tillit, acceptans och förtroende. Genom samarbete med klienter strävar man efter att förstå deras livssituation, se deras potential och stödja dem att identifiera sina egna resurser. (Nivala & Ryyänen, 2019, ss. 186, 190-191).

Vi tog inspiration från socialpedagogikens allmänna uppgift när vi utvecklade våra diskussionskort. Eftersom socialpedagogiken betonar inläring tillsammans och genom dialog, utformade vi produkten för att användas i smågrupper. På så sätt får ungdomarna möjlighet att tillsammans reflektera över och diskutera olika ämnen. Vi såg detta som ett enkelt och effektivt sätt för ungdomar att få nya perspektiv på saker.



## 6.2 Socialpedagogiskt förhållningssätt i skolan

I många länder tillämpas olika insatser i skolor som bygger på socialpedagogisk teori och arbetssätt. Skolan är en intressant social miljö ur ett socialpedagogiskt perspektiv. Trots att skolans roll i socialisationen minskar och media samt kamratgrupper får en allt större betydelse, fortsätter skolan att påverka barn och ungdomars tankesätt och beteende. (Nivala & Ryyänen, 2019, s. 240).

I skolan lär sig ungdomar många olika sätt att tänka och handla, mönster för socialt samspel, hur samhället fungerar och vad som förväntas av dem. Skolkulturen har därför en betydande pedagogisk påverkan. Socialpedagogiken kan bidra till att utveckla en mer öppen och interaktiv skolkultur, skapa möjligheter och en kultur av dialog, samarbete, omtanke och inkludering både inom och utanför klassrummet. Delaktighet uppnås genom interaktion mellan alla medlemmar i skolgemenskapen, vilket skapar en känsla av tillhörighet och möjliggör ett brett deltagande för att påverka vardagen i skolan. (Nivala & Ryyänen, 2019, ss. 240-241).

Ett socialpedagogiskt förhållningssätt hos läraren innebär att ta hänsyn till elevers olikheter, både vad gäller deras inlärningsstilar och sociala identiteter, samt deras olika förmågor till exempelvis självstyrt och proaktivt arbete samt grupparbete. Eleverna måste ges rätt och tillräckligt stöd för att kunna förväntas utveckla självstyrning. (Nivala & Ryyänen, 2019, ss. 241-242). Uppdragsgivarens önskan var att produkten ska kunna användas i skolmiljö och detta beaktades under hela utvecklingsprocessen. Våra diskussionskort är utformade med ett socialpedagogiskt tillvägagångssätt och lämpliga för användning under en lektion.

### 6.3 Empowermentteorin och empowering photography

Från en forskares synvinkel kan teori förklaras som kunskap som utvecklats genom vetenskapliga procedurer som används för att förklara till exempel en händelse. Teorier ger olika perspektiv för professionellt arbete, bland annat hjälper att förstå orsakssamband, människans utveckling, förutsäga resultat och följder samt att förstå sociala situationer och beteenden. (Payne, 2020, s. 33).

Empowermentteorin går ut på att människan ges möjligheten att aktivt påverka sitt liv med hjälp av sina egna resurser. Det innebär att människan kan fatta egna beslut och agera enligt dem. En viktig del av empowerment är att minska problem som står i vägen för människan att fatta egna beslut. Ibland kallas empowerment även för företräderskap, det kan främja social tillväxt och förbättring genom individens och gruppens lärande. (Payne, 2020, ss. 373-379). Genom empowerment kan individen börja tro på sig själv och därigenom öka förmågan att utveckla sig själv (Johansson & Skärgren, 2014, s. 160).

Empowermentteorin tillämpas i våra diskussionskort genom att de uppmuntrar ungdomarna att själva lyfta fram positiva aspekter med sociala medier. Diskussionskortet möjliggör gruppdiskussioner om olika känslor som kan uppstå i samband med användningen sociala medier och syftar till att visa ungdomarna att de inte är ensamma med sina tankar. Empowermentteorin hjälpte oss att utveckla diskussionskort som strävar efter att stärka ungdomarnas personliga resurser, självbild och självförtroende.

Empowering Photography är en metod utvecklad av konst- och socialpedagog samt fotograf Miina Savolainen. Metoden använder fotografi och film för att behandla teman relaterade till deltagarnas livssituation, identitet och relationer. Den tillämpas inom pedagogiskt arbete, socialt arbete, vårdsektorn och inom terapeutiskt arbete. Metoden använder både bilderna och själva processen att ta dem för att göra svåra känslomässiga frågor tydliga och lättare att förstå. Den hjälper också till att utforska saker som ens historia, familjerelationer och hur man ser på sig själv. Den vill även förbättra samspelet i samhället. Syftet är att upptäcka dolda resurser och stödja tillväxten av en persons känsla av egenmakt. (Nivala & Rynnänen, 2019, s. 199). Genom att inkludera bilder i vår produkt kunde vi förstärka förståelsen av de teman som korten behandlar. Bilderna är avsedda att väcka olika tankar och känslor hos ungdomarna, vilket hjälper dem att utforska olika aspekter av ämnena.

## 7 Metoder

I detta kapitel beskriver vi de metoder som har legat till grund för utvecklingen av diskussionskorten. Genom att använda benchmarking, Lean Startup-modellen, observation och enkät har vi systematiskt utvecklat korten för att möta både uppdragsgivarens krav och våra egna önskemål. Benchmarking gav oss en inblick i befintliga produkter inom professionellt arbete med ungdomar. Genom Lean Startup-modellen kunde vi testa produkten under olika utvecklingsstadier för att bedöma hur väl den fungerar. Vi använde observation och enkät som datainsamlingsmetoder för att få insikt i hur testdeltagarna upplevde diskussionskorten.

### 7.1 Benchmarking och Lean Startup-modellen

Benchmarking har länge visat sig vara en effektiv metod för att utveckla affärs- och arbetslivet. Även om begreppet benchmarking är relativt ny, har principen funnits långt innan begreppet formulerades. Människor har genom historien lärt sig av varandras erfarenheter och upplevelser, vilket ligger grund för benchmarking - att jämföra och dra lärdom från befintliga produkter. (Karlöf, Lundgren, & Edenfelt Froment, 2003, ss. 35-36). Benchmarking går ut på att utforska produkter och organisationer för att dra nytta och lära sig från de aspekter som anses vara framgångsrika. Genom benchmarking identifieras vilka aspekter av produkten som kan införas direkt i den egna produkten och vilka som inte är relevanta för den produkt som utvecklas. Det är viktigt att förstå att alla positiva aspekter hos en produkt inte nödvändigtvis passar in i den egna produkten. (Ojasalo, Moilanen, & Ritalahti, 2015).

Vi använde benchmarking för att jämföra styrkor och svagheter hos befintliga produkter och för att få inspiration till vår egen produkt. På detta sätt ansåg vi att vi skulle kunna utveckla en produkt med optimal användbarhet. Vi utforskade även de visuella aspekterna hos olika produkter för att utveckla en produkt som skulle vara intressant och lockande för både ungdomar och professionella.

Lean Startup innebär att identifiera styrkor hos till exempel en produkt, som kan tänkas fungera. Produkten testas som en enkel och billig prototyp för att samla insikter. Dessa test kallas för bygg – mät – lär-loop och ger information om vad som fungerar och inte gör det. Efter varje loop utvärderas om man fortsätter i samma riktning eller om det är nödvändigt

att göra en "pivot" - en strategisk förändring. Därefter kan en ny loop påbörjas och processen upprepas. Hela tanken är att agera snabbt för att hitta den rätta riktningen för sin vision. (Ries, 2017, s. 95). Genom att loopa, det vill säga genom att testa antaganden kan vi få svaret på våra frågor. Genom Lean Startup-modellen kan man således testa om ens antaganden om testdeltagarnas behov och önsknings faktiskt stämmer. (Ries, 2017, ss. 98-99).

Eftersom vårt uppdrag var att utveckla en produkt, valde vi att tillämpa den välkända bygg – mät – lär-modellen. Genom denna modell fick vi en strukturerad ram för att testa produkten och insikter om vad som fungerar samt identifiera områden som eventuellt behövde förbättras eller slopas. Vår produktplanering började med antaganden om vilka ämnen och frågor ungdomar skulle vara intresserade av och behöva diskutera. För att säkerställa våra antaganden testade vi korten med olika grupper av ungdomar. Genom att tillämpa bygg – mät – lär -modellen kunde vi använda resultaten från varje testtillfälle för att förbättra diskussionskortet.

## 7.2 Observation och enkät

Genom att observera får vi information om vår omvärld. Observation som metod är passande särskilt när man vill samla in information om människans beteende. (Patel & Davidson, 2011, s. 91). Metoden ger information om hur deltagarna i testet fungerar enskilt och i grupp. I deltagande observationsmetod spelar forskarna en aktiv roll i testsituationen, där de kan observera och sedan dra slutsatser. Den deltagande observationsmetoden anses vara särskilt effektiv när det gäller att förstå tankesätt och beteendemönster. (Vilkka, 2005, ss. 119-120). Utöver att följa diskussionens förlopp, fokuserar observatören även på stämningen, sina egna handlingar under tester samt eventuella frågor och förvirring som kan förekomma (Heikkinen & Rovio, 2007, s. 107). Det är viktigt att vara kritisk till observation som metod, eftersom oväntade händelser kan påverka resultatet (Patel & Davidson, 2011, s. 92).

Vi valde observation som metod eftersom den ger oss möjlighet att se hur väl produkten uppmuntrar till aktiva diskussioner och hur intressant temat känslor och sociala medier är för målgruppen. För att stödja våra tester använde vi ett observationsschema (bilaga 1).

Efter observationerna hölls diskussioner och reflektioner kring testtillfällena. Vi granskade diskussionskortet noggrant och utvecklade dem utifrån våra iakttagelser.

Frågorna i en enkät bör vara noggrant utvalda. De ska kopplas ihop med den teoretiska ramen som har valts för det pågående arbetet. Litteraturen och tidigare forskning inom ämnet kan vara till stor hjälp vid planeringen av enkätfrågor. Genom att förstå till exempel åldern och utvecklingsstadiet hos testdeltagarna, blir det också enklare att formulera enkätfrågorna på ett sätt som är begripligt för dem. (Vilkka, 2005, s. 81).

Vid planeringen av enkätfrågor är det bra att överväga vilken information som är relevant för utvecklingsprocessen. Varje fråga eller påstående bör vara formulerad så att den ger användbar information åt forskaren. Det är också viktigt att formulera frågorna så att de inte innehåller flera frågor i en och samma mening. Om ordet "och" förekommer i frågan kan det vara skäl att se över frågan. Den som besvarar frågorna ska kunna veta vilka frågor hen besvarar och den som tolkar svaren ska kunna koppla dem till rätt fråga (Vilkka, 2005, ss. 87-88).

Vi har valde att använda oss av enkät med åsiktsfrågor som testdeltagare får besvara (bilaga 2). Åsiktsfrågor kräver att respondenterna tar ställning till påståenden genom att ange i vilken grad de håller med om påståendet (Trost, 2007, s. 71). Vi ansåg att enkla och kortfattade åsiktsfrågor var lämpliga och även med tanke på eventuella läs- och skrivsvårigheter bland testdeltagare. Eftersom ungdomarna var i olika åldrar, förväntade vi oss varierande utvecklingsnivåer. Ett stort antal frågor kan leda till att respondenterna tröttnar och svarar planlöst (Trost, 2007, s. 73). Därför valde vi att ha endast tre enkätfrågor. Genom enkäter kunde vi utvärdera om ungdomarna fann produkten intressant, om den erbjöd något nytt och hur den visuellt upplevdes. Med denna feedback kunde vi vidareutveckla produkten för att passa vår målgrupp.

Enkätfrågorna:

1. *Frågorna var intressanta och skapade diskussion.*

Påstående nummer 1 gav oss en insikt i hur intressanta unga upplevde frågorna och hur väl dessa frågor på diskussionskortet väckte diskussion.

2. *Bilderna var ett bra tillägg i uppgiften.*

Påstående nummer 2 gav oss insikt i hur bilderna fungerade som ett tillägg till frågorna på diskussionskorten.

*3. Denna uppgift kändes bra. Den gav mig tankar och funderingar.*

Påstående nummer 3 gav oss insikt i ungdomarnas upplevelse av de ämnen som behandlades i diskussionskorten och om de fick nya insikter.

Ungdomarna fick markera det alternativ som bäst överstämde deras åsikt: Håller helt med, håller delvis med eller håller inte alls med. Dessutom fanns det en extra ruta där de kunde skriva övriga kommentarer. Enkätfrågorna som ställdes till den professionella som testade produkten var utformade mer öppna, för att ge insikter om den professionellas upplevelse av helheten och kortens användbarhet (bilaga 3).

## 8 Etiska aspekter

I detta kapitel beskrivs de etiska aspekter som varit vägledande under vår utvecklingsprocess. Examensarbetet följer principerna för god vetenskaplig praxis enligt Forskningsetiska delegationens riktlinjer (Forskningsetiska delegationen, 2023). Dessutom har de etiska rekommendationer för examensarbeten på yrkeshögskolor beaktats under hela utvecklingsprocessen (Arene, 2019).

I början av utvecklingsprocessen gjorde vi ett samarbetskontrakt som tydligt fastställde gruppdeltagarnas ansvar och skyldigheter. Materialet valdes noggrant för att koppla till vår produkt och säkerställa tillförlitligheten. Metoderna benchmarking, observation och enkät samt bygg – mät – lär-modellen som tillämpades för produktutvecklingen är vetenskapligt och etiskt hållbara. Vi genomförde tre tester av vår produkt på olika skolor med forskningstillstånd. Skolorna informerades i förtid om testtillfällets innehåll och syfte, samt om deltagandets innebörd och betydelse för utvecklingsprocessen.

Vid varje testtillfälle informerades ungdomarna om att deras deltagande var frivilligt och anonymt, samt att de har rätt att avstå när som helst. En klasslärare var också närvarande under varje testtillfälle. Vi berättade att det insamlade materialet behandlas konfidentiellt och kommer att förstöras omedelbart efter avslutat examensarbete. Vi förklarade vad produkten går ut på och att den ska stimulera ungdomarnas tankar och åsikter, utan att de

behöver dela sina personliga erfarenheter. Vi presenterar resultaten av utvecklingsprocessen öppet och ansvarsfullt utan att undanhålla några detaljer.

## 9 Utveckling av produkten

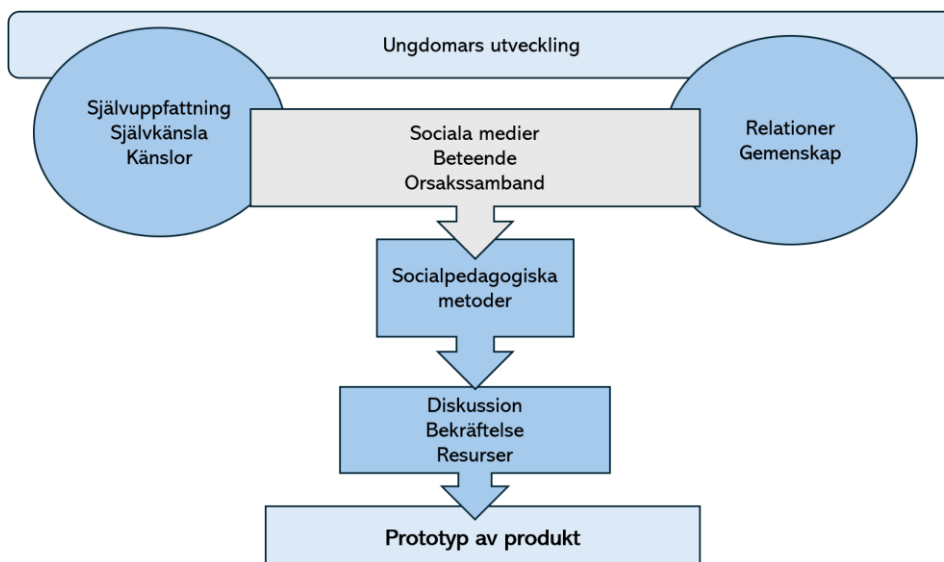
I det här kapitlet berättar vi hur vår produkt har formats och utvecklats. Produktutvecklingen påverkades av flera faktorer, inklusive benchmarking, uppdragsgivarens krav och önskemål, feedback från både ungdomar och en professionell samt våra egna observationer.

### 9.1 Processen

Produktutvecklingen började med att kasta fram tankar om vad sociala medier och hurdana känslor som kan väckas i samband med sociala medier och deras inverkan på individen. Vi reflekterade också över våra personliga erfarenheter av hur sociala medier påverkar oss och vårt beteende i olika situationer.

Temat byggdes sakta upp genom att fundera på relevanta sökord, såsom gemenskap, självkänsla, grupper, jämförelse och känslan av att vara tillräcklig. I samband med detta fick vi idén om avund på sociala medier. Vi ansåg att detta är ett aktuellt tema med tanke på att sociala medier är en väsentlig del av ungdomarnas vardag och det är lätt att jämföra sig med andra på dessa plattformar. Känslan av avund kan vara en viktig diskussionspunkt för ungdomar. Vi såg diskussionen kring känslan av avund som ett sätt att få ungdomarna att reflektera över både positiva och negativa aspekter med sociala medier.

I början av produktutvecklingen gjordes en grundläggande innehållsförteckning som vägledning för sökandet av relevant material. Vi letade efter litteratur och använde både böcker och vetenskapliga artiklar för att få en djupgående förståelse för sociala medier, ungdomar och deras utveckling samt känsloliv. Vi granskade kritiskt litteraturen vilket gynnade produktutvecklingen.



**Figur 2. En visuell modell av produktens utvecklingsprocess**

Figur (2) visar en visuell bild av produktens utvecklingsprocess. Utgångspunkten för vår produkt var ungdomarnas utveckling. Genom att reflektera över olika aspekter av ungdomsåren kom vi fram till viktiga områden såsom relationer, känslor och känslohantering samt självuppfattning och självkänsla. Vi ansåg att innehållet på sociala medier kan ha en koppling till olika beteendemönster och psykisk ohälsa, samt den litteratur vi granskade förstärkte denna uppfattning. För att förstå de känslor som ungdomar kan ha, fördjupade vi oss i teori som förklarar uppkomsten av människans behov.

De studier som vi granskade inför utvecklingsprocessen visade att användningen av sociala medier bland ungdomar har stadigt ökat genom åren, trots en viss antydning om en vändning i trenden som kunde ses i resultaten från en undersökning. I dessa studier var dålig självkänsla, känslan av otillräcklighet och missnöje med den egna kroppen nämnda som negativa följder av användningen av sociala medier. I en av studierna togs det upp att olika former av övningar kopplade till självmedkänsla och det egna beteendet, kan bidra till att stärka en positiv självuppfattning och minska självkritik. Eftersom majoriteten av litteraturen framhävde negativa aspekter med sociala medier valde vi att utveckla en produkt som också framhäver positiva aspekter. Detta var också uppdragsgivarens önskemål.



Vår idé var att använda ett socialpedagogiskt perspektiv i vår produkt för att uppmuntra reflekterande diskussioner i grupp, vilket förhoppningsvis skulle ha en positiv effekt på ungdomarnas självbild och självkänsla. Genom att ge ungdomarna möjlighet att uttrycka sina känslor och beteenden, samt bidra med förslag på förbättringar och alternativa sätt att agera i olika situationer, tänkte vi att det kunde stärka deras resurser.

## 9.2 Benchmarking process

Under benchmarking blev det tydligt att det finns många tillgängliga produkter för professionella att använda. Det var ändå ingen produkt som kopplade direkt till både sociala medier och känslor, utan de flesta fokuserade på användningen av internet. Vi valde tre specifika produkter som passade bäst för vårt ämne. Många av de produkter som vi fann var relativt lika varandra.

Mannerheims Barnskyddsförbund har på deras nätsida några aktiviteter som handlar om nätanvändning kopplat till känslor. En aktivitet som granskades går ut på att via en emoji<sup>1</sup> ta till tals känslor som nätanvändning kan framkalla. Ungdomarna får välja en emoji och sedan presentera den och tankar bakom den inför resten av gruppen. (Mannerheims Barnskyddsförbund, u.d. a). Det positiva med denna aktivitet tyckte vi var att den är lämplig för användning under en lektionstid. Vi tyckte dock att emojis inte är tillräckligt tilltalande för att locka fram en djupare diskussion. Idén med aktiviteten tyckte vi om, eftersom den kan få ungdomarna att berätta om känslor som de upplever. En potentiell utmaning med denna aktivitet är dock att få ungdomarna att individuellt dela med sig sina egna åsikter.

En annan aktivitet på Mannerheims Barnskyddsförbunds nätsidor går ut på att ungdomar får titta på en video som handlar om nätanvändning och empati, vilken är cirka tre minuter lång. Efter att videon har visats ska ungdomarna diskutera i par om situationer på nätet där empati kan vara viktigt. (Mannerheims Barnskyddsförbund, u.d. b). Vi tyckte ämnet empati var intressant men att videon inte väckte tillräckligt med tankar. Den var enligt oss inte heller visuellt tilltalande. En fördel med denna aktivitet är att den kan genomföras inom ramen för en lektionstid.

---

<sup>1</sup> Emojis är små bilder som används för att uttrycka känslor ("Emoji", u.d.).

Mieli Psykisk hälsa Finland RF:s Må bra -hand är ett diskussionsunderlag som kan användas med unga. Det är en affisch som används för att reflektera över den egna psykiska hälsan genom vardagliga situationer. Förutom affischen finns det tre olika övningar kopplade till Må bra -handen. (Mieli rf, 2023). Vi tyckte att Må bra -handens visuella upplägg är tydlig och behaglig. Vi ansåg att dess frågor väckte tankar och uppmuntrade till självreflektion. Genom Må bra -handen kan den unga reflektera över sin användning av digitala enheter och sociala medier, vilket vi anser är viktigt och aktuellt. Även om produkten inte nödvändigtvis ger ny kunskap, upplevde vi den som ett effektivt medel för självreflektion.

**Tabell 1. Benchmarking**

Produkt	Bruksanvisning	Visuellt tilltalande	Frågornas mångsidighet	Informativ
MLL Netin herättämät tunteet	Tydlig	Medel	Lågt	Lågt
MLL Empatiaa netissä	Tydlig	Lågt	Medel	Lågt
Mieli Ry Må bra-handen	Tydlig	Högt	Högt	Lågt

Tabell (1) visar att samtliga produkter hade tydliga och användarvänliga bruksanvisningar. Dock saknade vissa produkter bilder eller hade bilder som vi ansåg var gammalmodiga. Må bra -handen hade en tydlig och färgglad bild. Vi tyckte att produkterna endast gav lite ny information och på grund av det begränsade antalet frågor, så erbjöd produkterna inte djupgående diskussioner. Från denna benchmarking tog vi med tydliga anvisningar samt moderna och tydliga bilder som gör produkten tilltalande. Eftersom vårt mål var att diskussionskortet öppnar upp till samtal gjorde vi dem så mångsidiga och lärorika som möjligt. Detta uppnåddes genom att säkerställa att produkten innehöll ett rikt utbud med fall och frågor samt inkluderade en informativ och förklarande del.

### 9.3 Diskussionskort

Vi fick idén om diskussionskort i ett tidigt skede och den förstärktes ytterligare efter benchmarkingen. Uppdragsgivaren önskade att tiden för utförandet av produkten skulle vara en lektion, cirka 45 minuter. Vi tog detta i beaktande under planeringen av produkten. Diskussionskort blev vårt val eftersom vi ansåg att det var ett enkelt sätt att inleda diskussion bland ungdomar. Genom att använda kort minimerades risken för tekniska problem, vilket annars kunde ha avbrutit aktiviteten. Vi såg diskussionskort som en flexibel aktivitet, där aktivitetsledaren själv kunde styra längden beroende på behov och önskemål. Dessutom hölls ett möte med en representant från Barnavårdsföreningen för att få en åsikt om vårt syfte, mål och tanken bakom diskussionskorten. Uppdragsgivaren förstärkte vår tanke om att diskussionskort var ett lämpligt alternativ.

Diskussionskorten skulle möjliggöra diskussioner i smågrupper och med den professionella. Den professionella skulle delta i aktiviteten genom att läsa upp diskussionskorten och vägleda aktiviteten. För att öka förståelsen för de ämnen som korten behandlar, valde vi att ha bilder på varje kort. Till den professionella gjorde vi dessutom kort med stödfrågor och kort med upplysande fakta, det vill säga "Visste du att.." -kort som stöd för diskussionen. Diskussionskorten gjordes med programmet Canva. Vi valde kortstorlek A5 för att bilden skulle vara stor och tydlig. Vi tänkte även att stora kort skulle vara mer speciella och intressanta för ungdomarna. På grund av upphovsrättsliga frågor bestämde vi oss för att använda våra egna bilder. Vi hade dock inte tillräckligt många lämpliga bilder och därför valde vi tillslut att också använda bilder från Canva-programmet.

På grund av att produkten behandlar känsliga ämnen beslutade vi oss för att korten skulle bestå av olika fall. På så sätt skulle ungdomarna kunna dela sina tankar på en mer allmän nivå utan att behöva ta upp sina personliga upplevelser. Efter det första och andra testtillfället blev det tydligt att ungdomarna tog upp en mängd olika känslor. Därför valde vi att överge att begränsa temat till att endast handla om känslan av avund. Efter att ha tagit emot feedback från handledare och opponenter bestämde vi oss återigen att hålla känslan av avund som ett centralt tema. Detta val baserades på att avund, trots de andra känslorna som väcktes, fortsätter att vara en känsla som väcker intresse och diskussion.

I slutskedet av produktutvecklingen inkluderade vi ytterligare frågor på korten för att öka mångfalden och variationen. Med uppdragsgivarens önskemål om att lyfta fram fördelar

med sociala medier, valde vi att i de mer personliga frågorna fokusera på de positiva sidorna av dessa plattformar. Detta gjordes för att underlätta för ungdomarna att dela med sig av sina tankar.

## 9.4 Testning av produkten

Vi kontaktade några skolor i Åbotrakten redan i ett tidigt skede och datum för testtillfällen bestämdes på tre olika skolor. En av grupperna ungdomar bestod av nionde klassister, medan de två andra grupperna var sjätte klassister. Även om två av grupperna var något yngre än den angivna målgruppen, var de på väg till grundskolans högre klasser nästa höst. Vi ansåg att den relativt stora åldersvariationen mellan ungdomarna skulle bidra till en bredare uppfattning om produktens användbarhet.

### 9.4.1 Första testet

Vid det första testtillfället deltog sex unga från nionde klass i en JOPO-klass<sup>2</sup>. Två av oss fungerade som aktivitetsledare medan två var observatörer. Observatörerna använde ett observationsschema som stöd och skulle se på hur väl diskussionskortet uppmuntrade till diskussion. Vi hade cirka 40 minuter till vårt förfogande för testtillfället.

Ungdomarna delades in i två smågrupper om tre personer och instruktionerna för aktiviteten förklarades. För det första testtillfället hade vi förberett fem diskussionskort, varav fyra användes: en strandbild, en bild av en märkesrock, en bild med antalet följare på Instagram och en bild med en flicka som rider. Ungdomarnas diskussion började lovande och vi uppfattade det som ett genuint intresse för ämnet. Särskilt under diskussionerna med kortet som visade strandbilden och flickan som rider framkom det tydliga känslouttryck hos ungdomarna. Under kortet med strandbilden nämnde ungdomarna känslorna avund och osäkerhet. Diskussionen om kortet med flickan som rider lyfte de fram känslorna sur, ledsen, avundsjuk och besviken. De diskuterade också mobbning på sociala medier som en faktor som påverkar att vissa unga väljer att inte vara på sociala medier. Även kortet med rocken och kortet med följarmängden på Instagram skapade aktiv diskussion där de unga framförde egna åsikter och erfarenheter.

---

<sup>2</sup> Klass med flexibel grundläggande utbildning.

Alla ungdomar i smågrupperna deltog i diskussionen. När aktivitetsledarna öppnade upp för en diskussion med hela gruppen, visade vissa unga en större aktivitet än andra. Diskussionen hölls aktiv under hela 30 minuter, med hjälp av stödfrågorna som aktivitetsledarna hade till sitt förfogande. Utan dessa stödfrågor och tilläggs korten med "Visste du att.." som användes, tror vi att diskussionen hade dött ut. Även om diskussionen under testtillfället flöt smidigt, märktes det att engagemanget sjönk något under de sista tio minuter och deras koncentration blev sämre. I början höll sig ungdomarna till ämnet, men mot slutet började de även föra samtal om andra ämnen.

Efter diskussionen fick ungdomarna enkäter att fylla i. Svartalternativen för åsiktsfrågorna var "håller helt med", "håller delvis med" och "håller inte alls med". På den första frågan *Frågorna var intressanta och skapade diskussion* svarade två av sex unga "håller helt med" och fyra av sex unga "håller delvis med". På den andra frågan *Bilderna var ett bra tillägg i uppgiften* svarade fyra av sex unga "håller helt med", medan två av sex unga svarade "håller delvis med". På den sista frågan *Denna uppgift kändes bra. Den gav mig tankar och funderingar* svarade en av sex unga "håller helt med" och fem av sex unga "håller delvis med".

Ungdomarnas svar tolkade vi som mest positiva eftersom ingen fråga fick svaret "håller inte alls med". Trots detta upplevde både observatörer och aktivitetsledare under testtillfället att innehållet i diskussionskortet upprepades. Detta ansågs vara en delorsak till att ungdomarnas aktivitet och koncentration avtog mot slutet. Det faktum att aktiviteten ledes av okända personer kan också ha påverkat hur och vad de ville dela med sig. Dessutom var en del av innehållet i "Visste du att..." -kortet redan bekant för ungdomarna. Trots detta valde vi att behålla dem till nästa testtillfälle för att se hur väl de fungerar med yngre elever. Utvecklingsidén efter den första omgången var att göra kortens fall och frågor mer mångsidiga genom att bland annat inkludera aspekter som rör självmedkänsla.



**Figur 3. Diskussionskortens prototyp**

Figur (3) visar innehållet i diskussionskortet inför det första testtillfället. Varje kort innehöll ett fall, en relaterad fråga och en bild till det. Vi valde att sätta bilden i mitten av varje kort och vi beaktade även uppdragsgivarens logotyp och färgönskemål.

#### 9.4.2 Andra testet

För det andra testtillfället hade vi utvecklat tio diskussionskort. Vi hade också gjort några förändringar i dem genom att byta ut vissa bilder, justera deras format och lägga till effekter. Dessutom gjordes några små förändringar och tillägg i fallen och frågorna för att ytterligare förbättra innehållet. I övrigt förblev korten desamma och handlade om olika känslor och situationer som kan uppstå till följd av användningen av sociala medier.

Testet genomfördes i en annan skola med ungdomar från årskurs 6. Totalt deltog sju ungdomar i testet. På samma sätt som under det första testtillfället fokuserade två av oss på att observera och två som aktivitetsledare. Observatörerna skulle igen se hur väl diskussionskortet uppmuntrade till diskussion bland ungdomarna. Ungdomarna delades in i grupper om tre och fyra för att genomföra aktiviteten.

Det första diskussionskortet som användes berörde följarmängden på Instagram. Båda grupper lyssnade uppmärksamt på instruktionerna och inledde genast diskussion med varandra efter att aktivitetsledaren ställt frågan. Ungdomarna svarade på

aktivitetsledarens frågor och framförde egna åsikter. Ord som de tog upp under diskussionen var bland annat uppmärksamhet. Medan alla i den ena gruppen var aktiva, var vissa i den andra gruppen tysta under diskussionen.

Det andra diskussionskortet handlade om en maskeradfest. Återigen lyssnade båda grupperna uppmärksamt på uppgiften och inledde diskussioner i sina grupper. Det var positivt att se att det fanns aktiva ungdomar i gruppen som också frågade varandra om deras tankar och åsikter. Under diskussionen framkom ord som ledsen, svartsjuk, avundsjuk och arg. Ungdomarna verkade finna ämnet intressant och det var tydligt att de redan visste en hel del om sociala medier och var medvetna om olika känslor. De tystare ungdomarna i den andra gruppen var mer engagerade när de fick diskutera i den egna gruppen än tillsammans med alla.

Det tredje och sista diskussionskortet handlade om en mopedbil och om pengar. Alla lyssnade lugnt på instruktionerna och inledde diskussioner i sina grupper. Vid den här tidpunkten märkte vi att vissa ungdomar började bli lite distraherade. Detta visade sig genom att en av ungdomarna lekte med en stol och började prata med den andra gruppen. Under diskussionen nämndes ord som avundsjuk, besviken, frustrerad, ledsen, arg och skuld-känslor.

Under det här testet användes endast tre diskussionskort på ungefär 45 minuter eftersom diskussionen var mer livlig än under det första testtillfället. Gruppen närmast observatörerna påverkades tydligt av deras närvaro och ungdomarna tittade flera gånger på dem under aktiviteten. Dessutom kände vissa ungdomar i klassen också igen en av aktivitetsledarna, vilket tros ha påverkat dynamiken mellan ungdomarna och aktivitetsledarna.

Eleverna fyllde slutligen i enkäten. Eftersom en av ungdomarna hade kryssat i flera alternativ än ett i två av frågorna, räknades de svaren skilt. Hen hade både kryssat i "håller helt med" och "håller delvis med" på frågan *Frågorna var intressanta och skapade diskussion*. På den andra frågan *Bilderna var ett bra tillägg i uppgiften* hade hen svarat "håller delvis med". På den sista frågan *Denna uppgift kändes bra. Den gav mig tankar och funderingar* hade hen också kryssat i både "håller helt med" och "håller delvis med". Förutom detta hade den unga lämnat en kommentar om att uppgiften var rolig.

De övriga sex ungdomar kryssade i ett av alternativen för varje fråga. På den första frågan *Frågorna var intressanta och skapade diskussion* svarade två av sex unga "håller helt med" och fyra av sex unga "håller delvis med". På den andra frågan *Bilderna var ett bra tillägg i uppgiften* svarade tre av sex unga "håller helt" med medan tre av sex unga svarade "håller delvis med". På den sista frågan *Denna uppgift kändes bra. Den gav mig tankar och funderingar* svarade två av sex unga "håller helt med" och fyra av sex unga "håller delvis med". En av ungdomarna hade skrivit en övrig kommentar om att uppgiften var bra och fick hen att tänka och fundera.

Efter detta testtillfälle blev det tydligt att frågeställningarna behövde ytterligare förbättras. De var fortfarande väldigt lika varandra, vilket ansågs vara en delorsak till att majoriteten av ungdomarna upplevde att aktiviteten väckte delvis tankar och funderingar. Det konstaterades att aktivitetsledarens diskussionskort blandades med korten som skulle delas ut till ungdomarna, vilket innebar att vi behövde hitta en lösning till detta. Det ansågs även att mer detaljerade instruktioner för aktiviteten behövdes.



**Figur 4. Ett diskussionskort inför det andra testtillfället**

Figur (4) visar ett diskussionskort inför det andra testtillfället. Vi försökte göra korten mer visuellt tilltalande. Vi gjorde bilden istället rund och en mörk bakgrund till texten. Vi valde även att tillägga könsneutrala namn i diskussionskortet.



### 9.4.3 Tredje testet

Det tredje tillfället utfördes av en professionell och innan testet utvecklades totalt tjugo diskussionskort för att ge den professionella ett brett urval av lämpliga diskussionskort. Korten gjordes mer mångsidiga genom att inkludera både korta och längre fall, använda mer attraktiva bilder och tillägga figurer. På baksidan av korten lade vi insikter och frågor som var kopplade till fallet och huvudfrågan. På så sätt gjorde vi korten mer lärorika och meningsfulla för ungdomarna.

Dessutom inkluderades fler pojknamn i fallen eftersom vi märkte att det fanns mest av flicknamn. Könsneutrala namn valdes också för att beakta jämställdheten. Ord som Snapchat, Tik Tok, Instagram och namn på klädmärken togs bort och ersattes med mer allmänna ord som plattformar och märkeskläder. Detta gjordes för att plattformar på sociala medier och klädesmärken som används idag inte nödvändigtvis är lika populära i framtiden. På detta sätt förlängs diskussionskortens användbarhet över tid. Färgschemat på korten ändrades också, där kortet med anvisningar gjordes i gul färg för att underlätta för aktivitetsledaren att skilja dem från övriga kort. Barnavårdföreningens ursprungliga mörkblåa färg ersattes med en något ljusare nyans för bättre synlighet. Vi bestämde oss att behålla "Visste du att.." -kortet och kortet med stödfrågor för att låta den professionella som testar aktiviteten bedöma deras nödvändighet.



**Figur 5. Ett diskussionskort inför det tredje testtillfället**

Figur (5) visar ett exempel på ett diskussionskort inför det tredje testtillfället. Kortet består av en fram- och baksida. Bakgrunden är en aning ljusare, typsnittet ändrades, kanterna på bilden är runda och en figur lades på både fram- och baksidan. Barnvårdsföreningens logotyp valdes att placeras på samma ställe som tidigare för att den ska vara synlig.

Den professionella som testade diskussionskorten är en skolkurator som arbetar med elever i grundskolans lägre klasser. Hen testade korten i två olika klasser med elever från årskurs 6. Efter testtillfällena fyllde hen i ett frågeformulär som innehöll frågor om produktens användbarhet, visuella utformning och utvecklingsbehov.

Under testtillfället användes endast tre diskussionskort av de tjugo korten. Skolkuratoren nämnde att ungdomarna inte diskuterade så många känslor under aktiviteten. Diskussionen fokuserade främst på för- och nackdelar med sociala medier, ungdomarnas egna erfarenheter och hur de kunde minimera de negativa påverkningarna. Ett diskussionsämne var popularitet och hur ungdomar både kan uppnå popularitet och riskera att utnyttjas på grund av det. Efter aktiviteten frågades ungdomarnas upplevelse av aktiviteten och de kommenterade att ämnet är aktuellt. En elev konstaterade att diskussionskortet handlade för det mesta om avundsjuka.

Enligt skolkuratorns enkätsvar var anvisningarna till aktiviteten klara och tydliga samt att en lektionstid var tillräcklig för att utföra aktiviteten. Diskussionskortet hade enligt hen fungerat bra och varit trevliga att arbeta med. Skolkuratoren ansåg att "Visste du att.."-kortet samt kortet med stödfrågor var bra, men att de behövde läsas i förväg innan aktiviteten för att vara användbara, eftersom koncentrationen annars skulle ha rubbats. Hen tyckte dock att innehållet i stödkortet var bra och till stöd under diskussionen. Som en utvecklingsidé föreslog skolkuratoren att kortet kunde delas in i olika teman för att möjliggöra olika temalektioner i skolan. Testet hade varit så pass lyckat att den professionella önskar att ta i bruk produkten när den är färdig. Efter det tredje testet bestämde vi att nämna i anvisningarna att "Visste du att..."-kortet och stödfrågorna är bra att läsa före aktiviteten. Små språkfel i diskussionskortet rättades också.

## 10 Resultat

I det här kapitlet redogör vi resultatet av vår utvecklingsprocess. Den slutliga produkten består av anvisningar, tjugo diskussionskort, två "Visste du att.." -kort och ett kort med stödfrågor. Varje diskussionskort innehåller ett fall, en fråga och en insikt. Diskussionskortet har en fram- och baksida och de behöver klistras eller lamineras ihop. För att kombinera rätt framsida med rätt baksida har vi lagt figurer som hjälper till att identifiera dem. På så sätt blir fallen, frågorna, insikten korrekt kopplade till varandra när korten printas ut och sätts ihop.

På diskussionskortens baksida finns Barnvårdsföreningens logotyp, förutom på aktivetsledarens version där det istället finns en insikt som relaterar till fallet och frågan. Detta val gjordes för att underlätta för aktivetsledaren att hålla igång diskussionen och ge

nya insikter till ungdomarna. Barnavårdsföreningens logotyp finns också på framsidan av korten. "Visste du att" -korten och kortet med stödfrågor är avsedda för aktivitetsledaren och ska fungera som hjälpmedel under aktiviteten. Den slutliga produkten finns som bilaga i slutet av arbetet (bilaga 4).

Baserat på feedbacken från testtillfällena kan vi konstatera att diskussionskortet fungerar bra både i årskurs 6 och i grundskolans högre klasser, trots att vår målgrupp var ungdomar i årskurs 7–9. Syftet var att väcka diskussion och öka medvetenhet bland ungdomar i årskurs 7–9 om känslor relaterade till användningen av sociala medier. Under testtillfällena observerades att diskussionskortet uppmuntrade till diskussion bland ungdomarna och att temat sociala medier och känslor är aktuellt. Dock blev det lite oklart om produkten ökade medvetenhet hos ungdomarna om känslor som sociala medier kan väcka. Under det första och andra testtillfället noterades att ungdomarna redan var medvetna om de känslor som sociala medier kan framkalla, men att de ändå hade ett tydligt intresse att diskutera dessa saker.

Vår frågeställning följde: Öppnar diskussionskort till samtal om känslor kopplade till sociala medier bland unga i årskurs 7–9? Eftersom diskussionskortet väckte diskussion under samtliga testtillfällen, kan vi konstatera att de fungerar som underlag för samtal om känslor kopplade till sociala medier bland ungdomar. Diskussionskortet visade sig vara lika effektiva även för ungdomar i årskurs 6.

## 11 Diskussion

I detta kapitel för vi en kritisk diskussion kring våra val av metoder och teori samt granskar resultatet av vår utvecklingsprocess. Vi inledde produktutvecklingen med benchmarking, vilket visade sig vara bra då det fanns relativt få befintliga produkter om ämnet. Detta stärkte vår uppfattning om behovet av vår produkt. Under jämförelsen av befintliga produkter märkte vi att det finns många produkter med fokus på internetanvändning, men ingen som specifikt inriktade sig på att hantera sociala medier och känslor. Trots att vi inkluderade produkter som inte helt passade vår målsättning för benchmarking, påverkade detta inte produktutvecklingen negativt. Det gav oss insikter om vilka aspekter som kunde tillämpas i vår egen produkt.

Barnavårdsföreningen gav oss friheten att leda produktutvecklingen utan att vara direkt involverade i planeringsprocessen. Vi valde Lean Startup-modellen för att snabbt utveckla produkten. Genom denna modell kunde vi snabbt testa och validera våra antaganden samt se till att vi höll oss på rätt spår med produktutvecklingen. Vi anser att valet av denna modell var passande eftersom vi kunde tydligt se hur diskussionskortet fungerar och få idéer om hur de kunde förbättras.

När vi utformade feedbackformulär för ungdomarna diskuterade vi vilken typ av frågor som skulle vara mest lämpliga. Vi antog att de kanske inte skulle ha intresse att besvara öppna frågor, så vi beslutade oss för att ha korta åsiktsfrågor. Trots att feedbacken visade att ungdomarna var överlag nöjda med produkten, fick vi inte många konkreta förbättringsförslag som skulle ha varit användbara. Det fanns en ruta i enkäten för övriga kommentarer där några ungdomar i årskurs 6 delade med sig av sina åsikter om aktiviteten.

Observationsformuläret som användes under testtillfällena visade sig vara bristfällig då de valda observationspunkterna inte tillät en korrekt dokumentation av ungdomarnas handlingar. Rutan för övriga iakttagelser tillät dock fritt formulerade observationer. Produkten vidareutvecklades utifrån allmänna iakttagelser från observatörer och aktivitetsledare, vars riktighet inte kan bekräftas. Vi delade oss för testtillfällena så att två fungerade som observatörer och två som aktivitetsledare. Detta för att minimera störningar och för att undvika att ungdomarna skulle känna sig övervakade av för många vuxna samtidigt.

Under båda testtillfällena vi själva utförde började ungdomarna diskutera omedelbart efter att de fått frågan och visade ett tydligt intresse för temat och vår produkt. Vid de två första testtillfällena skulle ungdomarna normalt ha haft en matematiklektion, vilket möjligen bidrog till deras entusiasm. I det ena testtillfället bad ungdomarna oss att stanna kvar under hela lektionen för att de inte skulle hinna med matematik. Det är därför svårt att bedöma hur genuint intresserade ungdomarna var av vår produkt.

Vi finner den valda teorin för vårt arbete till största delen relevant och den stöder bra diskussionskortet. Vi har granskat kritiskt den teori som använts i vårt arbete genom att ta bort och bearbeta våra texter. Vi har behållit den teori som klart stöder vår produkt och dess syfte. Även om Maslows motivationsteori inte direkt beskriver avund eller känslor, har vi ändå behållit kvar den i arbetet. Vi tror att denna teori har bidragit till vår förståelse för

hur viktigt det är att få de grundläggande behov i livet. Vi anser att det hade varit bra att inkludera studier om avund på sociala medier eller studier om avund och känslor. Dessutom kunde de ha funnits mer teori om känslor och känslohantering, för att bredda ämnet. Även om en studie lyfte fram de positiva effekterna av självmedkänsla, återspeglas inte detta tillräckligt i diskussionskorten. De forskningssökningar som gjordes är bifogade i arbetet (bilaga 5).

Ursprungligen var ämnet för vårt arbete begränsat till avund och sociala medier. Dock fanns det brist på teori detta ämne, så beslutet fattade att utveckla produkten mer mångsidigt. Detta visade sig vara klokt eftersom vi insåg att diskussionskort som endast fokuserade på avund skulle vara för ensidiga. Vi inkluderade allmän teori om avund och jämförelse för att hålla oss trogna den ursprungliga planen. I den slutliga produkten syns ämnet bra och vi anser att avsaknaden av teori om avund på sociala medier inte påverkade arbetets värde.

Vi arbetade med att förbättra diskussionskortens visuella utseende genom Canva-programmet och efter några försök blev vi nöjda. I början av utvecklingsprocessen använde vi Barnavårdsföreningens egna färger, men vi ansåg att den mörkblåa bakgrundsfärgen var för dominerande, så vi valde att byta den till något ljusare. När det gällde typsnitt hade Barnavårdsföreningen en specifik förfrågan, men eftersom det önskade typsnittet kostade, fick vi tillstånd att använda ett annat typsnitt.

Trots tidigare funderingar om att "Visste du att.."-korten och kortet med stödfrågor kanske var onödiga, beslutades de att behållas i den slutliga produkten. Dessa kort användes under alla testtillfällen och visade sig vara till nytta genom att ge användbara tips och stöd för diskussionen. Även om korten kan användas vid behov, är de inte avgörande för att genomföra aktiviteten.

Produkttestningen orsakade vissa hinder när grundskolans högre klasser i Åbotrakten inte kunde ta emot oss på grund av tidsbrist. Av denna anledning utfördes två testtillfällen med ungdomar i årskurs 6. Det första testet genomfördes i grundskolans högre klasser och produkten visade sig fungera. Efter detta utvecklades produkten ytterligare för att bli mer mångsidig och pedagogisk. Grundidén med produkten behölls och vi ansåg att det första testtillfället visade att produkten är lämplig för användning i grundskolans högre klasser.

De två andra testtillfällen med ungdomar i årskurs 6, visade att produkten fungerar väl även för denna åldersgrupp. Detta utökade målgruppen för produkten, vilket var positivt. Under testtillfällena diskuterade ungdomarna aktivt i smågrupperna, men endast några ungdomar deltog i helklassdiskussionen. Därför var det bra att ungdomarna fick möjlighet att dela sina tankar i mindre grupper.

De etiska riktlinjerna uppfylldes väl i arbetet. Vid varje testtillfälle presenterade vi oss för ungdomarna och förklarade syftet med vår närvaro. En klasslärare var närvarande under testtillfällena för att skapa en trygg och bekant miljö för ungdomarna. För att skydda ungdomarnas integritet skrevs ingens individuella svar ner. Istället dokumenterade vi allmänna observationer och insikter från testningen. Ungdomarnas frågeformulär behandlades konfidentiellt då deltagarna uppmanades att inte ange sina namn på formulären.

Det uppstod dock några etiska dilemman under testtillfällena. Ungdomarna informerades om att deras deltagande var frivilligt och att de hade rätt att avstå om de så önskade. Under det andra testet uppmuntrade dock läraren alla ungdomar att delta, vilket kunde ha påverkat deras val. Trots att deltagandet skulle vara helt frivilligt, var det svårt att genomföra detta i skolmiljö där elever förväntas delta i skolans program. Det är också omöjligt att med säkerhet veta om någon av ungdomarna hade velat avstå från testet, men inte vågade säga det högt. I det tredje testtillfället ledde skolkuratoren aktiviteten och även här är det svårt att veta hur många ungdomar som deltog frivilligt.

Innan det sista testtillfället insåg vi att vi behövde printa ut ett stort antal diskussionskort för att varje smågrupp i en stor klass. Det innebar att vi faktiskt printade ut ungefär 60 diskussionskort inför det sista testet. Antalet kort är stort när aktiviteten ska utföras för en stor grupp ungdomar. Som ett alternativ kunde diskussionskorten visas för gruppen via en skärm eller så kunde man på förhand välja ut vilka kort som ska användas och endast printa ut dem. Diskussionskorten kunde vidareutvecklas i detta avseende för att minska mängden utskrifter och göra dem mer användarvänliga och miljövänliga.

Vi ansåg också att skolkuratorns tanke om att dela upp produkten i olika teman för att sedan hålla temalektioner för ungdomarna var en bra idé. Med tanke på att diskussionskorten fungerade väl med årskurs 6, kan vi resonera att produkten har potential att vidareutvecklas även för grundskolans lägre klasser. En annan tanke för

vidareutveckling är att göra produkten mer lärorik. Det kan innefatta instruktioner för att förbättra självkänslan eller tydliga vägledningar om hur man hanterar känslor. Att lära ut sådana färdigheter skulle ge ungdomarna värdefulla verktyg för livet.

Tillförlitligheten innebär att det slutliga resultatet inte har påverkats av irrelevanta eller slumpmässiga faktorer. Dessutom är det av stor vikt av tillförlitlig forskning att forskarna är ärliga och berättar öppet om sina val och hur de har kommit till sitt resultat. (Vilkka, 2005, ss. 158-159). Under produktens utveckling funderade vi flera gånger över vårt syfte för att säkerställa att det fortfarande kopplades bra ihop med teorin och vår produkt. Vi granskade noga fallen och frågorna i diskussionskorten och förbättrade dem efter varje test. För att öka tillförlitligheten kan två observatörer användas under ett testtillfälle (Patel & Davidson, 2011, s. 104). Detta gjorde vi i de två första testtillfällena och när skolkuratoren testade produkten var även två lärare närvarande.

Vid användning av enkäter är det viktigt att försäkra att alla har förstått frågorna korrekt. Tillförlitligheten är svårt att garantera före själva tillfället, då det inte finns någon säkerhet för att respondenterna kommer att tolka frågorna på det tänkta sättet. (Patel & Davidson, 2011, s. 105). Vi upplevde dock situationen lugn vid de två första testtillfällena då enkäterna besvarades och att ungdomarna kunde koncentrera sig på att svara på enkäten.

Trots några mindre brister i processen anser vi att diskussionskorten blev lyckade. De är användarvänliga och väl lämpade för lektioner samt de uppmuntrar till diskussion. Vår avsikt var att korten skulle fungera som empowerment och vi är nöjda med att korten fokuserar på det positiva och uppmuntrar till diskussion. Dessutom är produkten i enlighet med Barnavårdföreningens riktlinjer och värden. Diskussionskorten är möjliga att vidareutvecklas, vilket var en viktig faktor för uppdragsgivaren. Vi anser att korten är lämpliga för professionella som arbetar med ungdomar och behöver hjälpmedel att hålla meningsfulla diskussioner. Dessutom anser vi att ämnet är aktuellt och att ungdomar behöver stöd för att hantera de negativa effekterna av sociala medier. Sammantaget anser vi att produkten är relevant och tillgodoser ett verkligt behov.



## Källförteckning

- Angelöw, B., Jonsson, T., & Stier, J. (2015). *Introduktion till socialpsykologi*. Lund: Studentlitteratur.
- Arene. (2019). *Etiska rekommendationer för examensarbeten på yrkeshögskolor*. Hämtat från arene.fi: [https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/ETISKA%20REKOMMENDATIONER%20FC3%96R%20EXAMENSARBETEN%20P%C3%85%20YRKESH%20GSKOLOR\\_2020.pdf?t=1578480382](https://www.arene.fi/wp-content/uploads/Raportit/2020/ETISKA%20REKOMMENDATIONER%20FC3%96R%20EXAMENSARBETEN%20P%C3%85%20YRKESH%20GSKOLOR_2020.pdf?t=1578480382) den 13 1 2024
- Barnavårdsföreningen. (2024 a). *Om oss*. Hämtat från Om oss: <https://www.bvif.fi/om-oss/> den 16 4 2024
- Barnavårdsföreningen. (2024 b). *För föräldrar*. Hämtat från Grupper för dig med barn: <https://www.bvif.fi/for-foraldrar/stod-for-dig-med-barn/grupper/> den 16 4 2024
- Barnavårdsföreningen. (2024 c). *Nyheter, pressmeddelanden och ställningstaganden*. Hämtat från "Vi vill öka förståelsen för barns och ungas nätanvändning": <https://www.bvif.fi/nyheter/barns-och-ungas-natanvandning/> den 9 4 2024
- Barnavårdsföreningen. (2024 d). *Om oss*. Hämtat från Barnets rättigheter: <https://www.bvif.fi/om-oss/barnets-rattigheter/> den 12 2 2024
- Cullberg Weston, M. (2010). *Avund och konkurrens - Känslor i vardagen*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Ebrand. (2022). *Some ja nuoret katsaus*. Hämtat från Katsaus nuorten sosiaalisen median käyttöön: <https://www.ebrand.fi/some-ja-nuoret/> den 12 2 2024
- Emoji. (u.d.). *I: Oxford English Dictionary*. Hämtat från <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=emoji> den 8 4 2024
- Forskningsetiska delegationen. (2023). *God vetenskaplig praxis (GVP)*. Hämtat från [tenk.fi: https://tenk.fi/sv/forskningsfusk/god-vetenskaplig-praxis-gvp](https://tenk.fi/sv/forskningsfusk/god-vetenskaplig-praxis-gvp) den 13 1 2024
- Heikkinen, H., & Rovio, E. (2007). *Toiminnasta tietoon : Toimintatutkimuksen menetelmät ja lähestymistavat*. (L. Syrjälä, Red.) Helsinki: Kansanvalistusseura.
- Helsingin Sanomat. (den 7 11 2023). *Kateellisten panettelua*. Hämtat från <https://www.hs.fi/hyvinvointi/art-2000009905839.html> den 30 4 2024
- Hjort, L., & Hinton, S. (2019). *Understanding social media*. London: SAGE Publications.
- Hwang, P., & Nilsson, B. (2014). *Gruppsykologi*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Hwang, P., & Nilsson, B. (2019). *Utvecklingspsykologi*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Iltalehti. (2023). *Teinien someriippuvuudelle loppu – EU:lta tiukka vaatimus internetjäteille*. Hämtat från <https://www.iltalehti.fi/digiutiset/a/582c22e9-fe8a-4549-aac3-0056142a26ac> den 28 4 2024

- Johansson, S., & Skärgren, L. (2014). *Socialpedagogik*. Stockholm: Liber.
- Jyväskylän yliopisto. (u.d.). *Sosiaalinen media*. Hämtat från <http://kans.jyu.fi/sanasto/sanat-kansio/sosiaalinen-media> den 20 1 2024
- Karlöf, B., Lundgren, K., & Edenfelt Froment, M. (2003). *Ota oppia parhaista! Tehoa vertailuoppimisesta*. Helsinki: Talentum.
- Keltikangas-Järvinen, L. (2010). *Hyvä itsetunto*. Helsinki: WSOY.
- Kosola, S., & Moisala, M. (2019). *Lapset, nuoret ja älylaitteet*. (P. Ruokoniemi, Red.) Helsinki: Duodecim.
- Lahikainen, A. (2010). Minuuden sosiaalinen rakentuminen. i E. Lindqvist, & T. Sipilä (Red.), *Arjen sosiaalipsykologia* (ss. 89-140). Helsinki: Wsoy.
- Mahon, C., & Hevey, D. (2023). Pilot trial of a self-compassion intervention to address adolescents' social media-related body image concerns. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 307–322. doi:10.1177/13591045221099215
- Mannerheims Barnskyddsförbund. (u.d. a). 432. *Netin herättämät tunteet*. Hämtat från <https://www.mll.fi/tehtavat/netin-herattamat-tunteet/> den 2 4 2024
- Mannerheims Barnskyddsförbund. (u.d. b). 423. *Empatiaa netissä*. Hämtat från <https://www.mll.fi/tehtavat/empatiaa-netissa/> den 2 4 2024
- Mieli rf. (2023). *Må bra -handen*. Hämtat från <https://mieli.fi/sv/material-och-utbildningar/material/ma-bra-hand-poster/> den 19 2 2024
- MTV Uutiset. (2021). *Moni suomalaistyttö tuntee olevansa ruma ilman kuvanmuokkausta – "Mielestäni aivan järkyttävää", toteaa psykologi ilmiöstä, johon simppele kuvateksti voisi auttaa*. Hämtat från <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/moni-suomalaistytto-tuntee-olevansa-ruma-ilman-kuvanmuokkausta-mielestani-aivan-jarkyttavaa-toteaa-psykologi-ilmiosta-johon-simppele-kuvateksti-voisi-auttaa/8264676#gs.8m93la> den 28 4 2024
- Ninivaggi, F. (2010). *Envy Theory : Perspectives on the Psychology of Envy*. Hämtat från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/detail.action?docID=662248>. den 30 3 2024
- Nivala, E., & Ryyänen, S. (2019). *Sosiaalipedagogiikka*. Helsinki: Gaudeamus.
- Nummenmaa, L. (2010). *Tunteiden psykologia*. Helsinki: Tammi.
- Nutley, S. (2022). *Distraherad - hjärnan, skärmen och krafterna bakom*. Stockholm: Natur & Kultur.
- Ojasalo, K., Moilanen, T., & Ritalahti, J. (2015). *Kehittämistyön menetelmät - Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Patel, R., & Davidson, B. (2011). *Forskningsmetodikens grunder - Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.
- Payne, M. (2020). *Modern teoribildning i socialt arbete*. Stockholm: Natur & Kultur.

- Pelastakaa Lapset ry. (2021). *Kuka haavoittuu verkossa?* Hämtat från [https://www.pelastakaalapset.fi/wp-content/uploads/2023/09/kuka\\_haavoittuu\\_verkossa\\_2021.pdf](https://www.pelastakaalapset.fi/wp-content/uploads/2023/09/kuka_haavoittuu_verkossa_2021.pdf) den 17 2 2024
- Pietikäinen, A. (2021). *Joustava mieli ja hyvän itsetunnon ABC*. Helsinki: Duodecim.
- Ries, E. (2017). *Startup Way - Kokeilukulttuurin johtaminen*. New York: Penguin Random House LLC.
- Scheler, K. (Red.). (2021). *Lasten ja nuorten terve kasvu digimaailmassa*. Helsinki: Osuuskunta Ciris.
- Schoeck, H. (1987). *Envy: A Theory of Social Behaviour*. Indianapolis: Liberty Fund.
- Selfie. (u.d.). *I: Svenska akademiens ordböcker*. Hämtat från <https://svenska.se/tre/?sok=selfie&pz=1> den 23 1 2024
- Statens medieråd. (2023). *Unga & medier 2023*. Statens medieråd. Hämtat från [https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/ungar-och-medier/ungar--medier-2023\\_anpassad.pdf](https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/ungar-och-medier/ungar--medier-2023_anpassad.pdf) den 27 3 2024
- Tamm, M. (2012). *Psykosociala teorier vid hälsa och sjukdom*. Lund: Studentlitteratur.
- Tetzchner, S. (2016). *Utvecklingspsykologi*. Oslo: Studentlitteratur.
- Trost, J. (2007). *Enkätboken*. Lund: Studentlitteratur.
- Vilkka, H. (2005). *Tutki ja kehitä*. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Waldinger, R., & Schulz, M. (2023). *Onnellisen elämän salaisuus*. Helsinki: WSOY.
- Yvonne, K., Zilanawala, A., Booker, C., & Sacker, A. (2019). Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study. *EClinicalMedicine*, 6, 59-68. Hämtat från <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.005>

**Observationsschema**

<b>Observation:</b>	<b>Streck i denna ruta vid aktivitet:</b>
Deltagarna diskuterar aktivt	
Deltagarna diskuterar inte	
Deltagarna ställer frågor relaterade till uppgiften	
Kommer med egna åsikter	
Deltagarna följer givna instruktioner	
Deltagarna gör annat än uppgiften	

Övriga iakttagelser:

## Frågeformulär för elever

### Kryssa i

1. Frågorna var intressanta och skapade diskussion

Håller helt med

Håller delvis med

Håller inte alls med

2. Bilderna var ett bra tillägg i uppgiften

Håller helt med

Håller delvis med

Håller inte alls med

3. Denna uppgift kändes bra. Den gav mig tankar och funderingar.

Håller helt med

Håller delvis med

Håller inte alls med

Övriga kommentarer:

## Frågeformulär för den professionella

1. Var instruktionerna lätta eller svåra att förstå? Varför?
2. Räckte tiden till för att utföra uppgiften?
3. Syftet med arbetet är att väcka diskussion och öka medvetenhet bland ungdomar i årskurs 7–9 om känslor relaterade till användningen av sociala medier. Upplevde du att produkten möter syftet? Varför/varför inte?
4. Vad är din åsikt om produktens visuella utseende?
5. Är det något du skulle ändra på? Vad? Varför?

## Den slutliga produkten

### ANVISNINGAR

Dessa diskussionskort handlar om sociala medier i den ungas vardag och känslor som kan uppstå i samband med användningen av sociala medier. De är till för professionella att använda med ungdomar.

Tid: ca 45 minuter

Material: papper och pennor

- Bekanta dig med "Visste du att..." -korten och stödfrågorna före aktiviteten vid behov.
- Dela ungdomarna i smågrupper, till exempel 3–4 personer
- Dela ut papper och pennor till ungdomarna
- Aktivitetsledaren ska ha diskussionskorten med insikter på baksidan samt stödfrågorna och "Visste du att..." - korten.
- Välj ett diskussionskort, dela ut det till grupperna och ställ frågan. Ge dem några minuter tid att diskutera tankar som frågan väcker. Papper och pennor kan användas till att skriva anteckningar.
- När tiden för diskussion i smågrupperna är ute, frågar du ungdomarna vad de kommit fram till. Insikten på baksidan av kortet, stödfrågorna och "Visste du att"- korten ger dig underlag för diskussion.
- Fortsätt likadant med följande kort



### STÖDFRÅGOR

Hur stor roll spelar pengar i ungdomarnas liv?

Höjer dyra märken status bland ungdomarna? Varför?

Är sociala medier en delorsak till att en del ungdomar mår dåligt? Varför?

Vad tänker ni om en person som väljer att inte vara aktiv på sociala medier? Är livet annorlunda då? På hurdant sätt?

Vad betyder välmående på sociala medier för er?

Hur kan man stöda en person som mår dåligt på grund av andras inlägg på sociala medier?

Vad på sociala medier får dig att må bra?

Är sociala medier bara bra/dåligt?



Visste du att...

...känslornas styrka och tid varierar stort från person till person.

...känslorna varar vanligen från några sekunder till några minuter.

...känslorna väcks automatiskt, det är något vi inte kan påverka.

...känslor berättar för oss vad som är rätt och vad som är fel.

...en känsla får oss att reagera på olika sätt. Vi upplever känslor olika och uttrycker oss på basen av dem.

...vår uppväxt och den sociala miljön påverkar hur vi uttrycker våra känslor.

...till våra grundkänslor hör bland annat glädje, nyfikenhet, förvåning, äckel, ilska, rädsla och skam. Varje känsla har en funktion.



Visste du att...

...känslan avund berättar för dig vad du anser att är viktigt för dig.

...att känna att man räcker som man är hjälper ofta mot känslan av avund.

...många "likes" och följare på sociala medier kan väcka en vision om högt status.

...känsloupplevelser väcker ofta mer avund än materiella saker.

...bilder på sociala medier redigeras; huden slätas, ansiktet formas och kroppens form ändras.

...allt som sätts ut på sociala medier görs med noggrann eftertanke.

...ingen vill lägga ut något som inte väcker reaktioner.





Alva lägger ut bilder av sitt ridningshobby. Elin ser bilden och hon har alltid velat rida, men hennes familj har inte råd.



*Hurdana känslor tror du att detta väcker hos Elin?*



*Hon kan känna till exempel avund, ilska och/eller sorg.*

*Vad kunde du säga till en vän som känner så?*



Jenna lägger ut en bild på sig själv där hon är nöjd med sitt smink.  
Milo kommenterar elakt på Jennas inlägg.



*Vad tror du att Jenna känner när hon läser  
kommentaren?*



*Elaka kommentarer på sociala medier kan vara  
överraskande och obehagliga. Det är naturligt att  
känna behovet av att bli accepterad av andra.*

*Den som kommenterar elakt tar ut sina dåliga känslor  
på andra.*

*Det viktigaste är att du gillar själv det du lägger upp på  
sociala medier.*

Isa ser Adas inlägg där hon är på stranden och är vackert solbränd.  
Isa känner sig ful när hon ser på Adas inlägg.



Varför tror du Isa känner såhär?



*Det finns skönhetsideal som inte stämmer överens med verkligheten. Bilder på sociala medier redigeras; huden slätas, ansiktet formas och kroppens form ändras och bilder tagnas olika vinklar.*

*Svåra känslor kan orsakas av en förvrängd självbild, låg självkänsla, känslor av otillräcklighet, jämförelse, personliga förväntningar på skönhet.*



Nova lägger ut bilder av sin födelsedagsfest. Olivia ser bilderna och funderar varför hon inte är bjuden.



*Hur tror du Olivia känner sig?*



*Hon kan känna till exempel utanförskap och att hon inte är intressant.*

*Kan väcka frågan "varför är jag inte bjuden"?*





Kim lägger ut en bild på sin nya vinterrock av ett populärt märke.  
Eddy ser bilden och blir arg.



*Varför tror du att Eddy reagerar så här?*



*Ett populärt märke kan signalera en högre status till andra.*

*Det är värt att fråga sig själv om märkeskläder verkligen spelar så viktig roll i livet?*

Oscar har många följare på social media. Det har väckt mycket diskussion bland klasskompisarna.



*Vad tror du kompisarna tänker och varför?*



*Stor följarmängd på sociala medier kan ge oss känslan av att "jag duger". När vi delar något på sociala medier hoppas vi att många ser det och lägger märke till oss. Vi har ett naturligt behov att bli sedda och hörda.*

*Det är värt att komma ihåg att antalet följare inte säger något om ens värde som person.*



Kims sociala medier strömmar av videon och bilder från en festival.  
Hen mår inte bra av att se inläggen.



Vad tror du att Kim känner och varför?



*FOMO betyder Fear of missing out. FOMO innebär att känna ett starkt behov att vara med och hålla koll på vad andra gör. Det får personen att känna att andra har roligt utan hen.*

*För att lindra denna känsla kan det vara bra att sätta åt sidan sina digitala apparater.*



Ira ser en video där en pojke blir mobbad och hon reagerar med att börja gråta.



*Vilka orsaker kan det finnas bakom Iras reaktion?*



*Att se mobbning kan framkalla ångest och förtvivlan.  
Att gråta kan lugna ner våra sinnen och kroppen.*

*Den som mobbar strävar ofta efter att få makt genom  
att trakassera andra och säkra en viss roll eller position  
i gruppen.*

*Mobbning är aldrig acceptabelt eller offrets fel.*





Anna lägger ut ett bild där hon håller hand med sin nya pojkvän.  
Annas barndomskompis Robert blir upprörd när han ser bilden.



*Vilka olika känslor kan bilden väcka hos Robert?*



*Han kan känna till exempel nyfikenhet, avund,  
svarsjuka och/eller utanförskap.*

Siri får många kommentarer på en bild som hon lagt ut. Karin har endast fått en kommentar på sin bild.

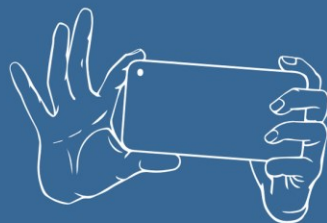


*Vilka känslor tror du att Karin går igenom och varför?*



*Känslomässiga upplevelser väcker ofta mer avund än materiella saker.*

*Karin kan känna sig mindre populär än Siri och önska att andra också skulle gilla hennes bilder.*



När Lucas delar en bild på sin familj, känner Kasper sig ledsen och avundsjuk eftersom hans egna föräldrar har skilt sig.



*Hur kan du trösta Kasper?*



*Du kan trösta Kasper genom att vara närvarande och lyssna på honom. Ni kan hitta på roliga saker att göra tillsammans.*

Carla säger att hon hatar sociala medier.



*Vilka orsaker kan det finnas till Carlas känsla?*



*Det är normalt att känna så här.*

*Dina känslor kan påverkas av bland annat överdriven användning av sociala medier, mobbning, negativa erfarenheter och orealistiska förväntningar på dessa plattformar.*

*I en sådan situation kan en paus från sociala medier vara ett bra alternativ.*



Celias mamma tycker att sociala medier orsakar bara svåra känslor, men Celia är av annan åsikt.



*Vilka bra känslor kan sociala medier väcka och varför?*



*Sociala medier kan väcka både positiva känslor och negativa känslor. Vilken typ av innehåll du förbrukar spelar en stor roll för vilka känslor du upplever.*



Gabriel är med sina kompisar i skateparken och känner sig frustrerad när han ser att de sitter med sina telefoner. Han vågar inte säga något.



*Varför vågar Gabriel inte säga vad han känner?*



*Gabriel kanske känner sig osäker på hur hans kompisar kommer att reagera om han säger något om deras mobilanvändning. Han kan också vara rädd för att störa stämningen i gruppen. Det är vanligt att människor undviker konflikter eller obekväma situationer.*

*Gabriel kunde säga vad han känner och föreslå en positiv förändring.*



Wilma blev ombedd att gå på bio med sina kompisar, men valde att bli hemma. Hon ser på sociala medier att hennes vänner har det trevligt och är glad för deras skull.



*Har du känt glädjen av att själv välja att inte delta? I vilka situationer?*



*JOMO betyder Joy of missing out. Med det menas att personen känner sig nöjd att vara ensam och oroar sig inte för vad andra gör.*

*Känslan JOMO kan övas genom att vara ensam och reflektera över vad som är viktigt för en själv.*

Alex lägger ut en video från en fotbollsmatch där han gjorde två mål och gläds åt de komplimanger han får.



*Vilken positiv feedback har du fått på sociala medier?  
Vilka känslor väcktes då?*



Man kan känna sig till exempel glad,  
omtyckt och/eller belåten.

När vi får respons i form av likes eller kommentarer, bekräftas  
vår känsla av vara viktiga och del av ett socialt sammanhang,  
även om responsen inte är positiv.





Joel delar på sociala medier att han kommer att gå vidare till en populär skola efter grundskolan. Klasskamrater uttrycker sin avundsjuka öppet. Deras reaktioner förvirrar Joel.



*Har du någonsin känt dig som ett mål för avund? Hur har det känts?*



*Du kan väcka avund hos andra när du har något andra vill ha. Det handlar om att jämföra sig med varandra.*

*Vi vill alla att andra ska se oss lika som dem. Därför kan det kännas jobbigt att vara föremål för avund.*

*Trots det är det tillåtet att vara stolt över det man åstadkommit.*

Evelina delar en video av sig själv när hon dansar. Camilla berättar att hon länge varit avundsjuk på Evelinas dansförmåga. Det har inspirerat Camilla att själv börja dansa.



*Kan avund vara något positivt?*



*Avundsjuka är inte endast skadligt.*

*Det kan inspirera och bidra till det goda. Det kan hjälpa personen att identifiera vad hen vill ha i livet och få hen att sträva mot sina mål.*

*Det är viktigt att inse att andras framgångar inte minskar ens egen lycka.*

Milla hjälpte en kompis som reagerade negativt över någonting  
hen stötte på i sociala medier.



*När har du själv senast hjälpt en kompis i en liknande situation?*



*Människor som vågar vara ärliga om sin psykiska hälsa på sociala medier kan få ett betydande socialt stöd.*



*Peter har känt sig ensam under en lång tid. Han saknar känslan av gemenskap.*



*Vilka fördelar finns det med sociala medier som hjälp mot ensamhet?*



*Sociala medier kan hjälpa oss att finna gemenskap. Människan har ett naturligt behov av kontakt till andra människor.*

*Sociala medier öppnar upp möjligheten att knyta nya kontakter, fördjupa våra intressen och skapa globala nätverk.*





## Söktabell över artiklar

Datum för söknigen	Databas	Sökord	Sökfras	Antal träffar	Avgränsningar i databasen	Antal träffar efter avgränsningar	Valda källor
17.1.2024	Journal.fi	Sosiaalinen media					0
17.1.2024	Journal.fi	Sosiaalinen media nuoret					0
17.1.2024	Journal.fi	Social media					0
17.1.2024	Journal.fi	Fomo					0
17.1.2024	Journal.fi	Sosiaalinen media kateus					0
17.1.2024	Journal.fi	Somekateus					0
17.1.2024	Journal.fi	Kateus					0
17.1.2024	Tiede ja tutkimus	Sosiaalinen media nuoret			Vertaisarvioidut tieteelliset artikkelit,  Alkuperäisartikkelit tieteellisessä aikakauslehdessä.	809	0
18.1.2024	Sosiaalipedagoginen aikakauskirja	Sosiaalinen media			År 2014-	2560	0
18.1.2024	Ebsco	Social media and young and envy	Social media and young or adolescent or teenager or youth and		Peer reviewed, Språk: english, År: 2014-2024, Geography: United kingdom, Netherlands, Spain,	34	1 (A)



			envy or jealousy or comparing or comparison		Europe, Ireland Italy, Norway, Poland, Sweden, Belgium, Croatia, Denmark, Hungary, Germany		
26.1. 2024	Ebsco	Social media and young and envy	Social media and young or adolescent or teenager or youth and envy or jealousy or comparing or comparison	580	Peer review, Språk: English, År 2014-2024, Geography: United States, Australia, Canada, New Zealand	29	0
26.1. 2024	Ebsco	Social media and middle school and envy	Social media and middle school or junior high or high school or secondary school envy or jealousy or comparing or comparison	74	Språk: English, År: 2014-2024, Peer review, Geography United States, Belgium, Canada, Croatia, Finland, Ireland, Netherlands, United Kingdom.	9	0

30.1. 2024	Alma Novia	Social media and young and envy	Social media and young and envy or adolescent or teenager or comparing or comparison	674	Fulltext, Referentgranskad, År: 2014-2024, Språk: engelska.	268	0
30.1. 2024	Alma Novia	Social media and envy and Finland		1255			0
30.1. 2024	Google scholar	social media envy nordic countries			År 2014-2024, Arvosteluartikler	565	0
28.2. 2024	PubMed	Social media and envy			År 2014-2024, Free full text	22	0
28.2. 2024	MDPI	Social media and envy			År 2014-2024	5	0
30.2. 2024	Källa tagits av examensarbete: Essi Korpinen. Nuorten mielen hyvinvoinnin tukeminen sosiaalisessa mediassa: Opas nuorten kanssa työskenteleville.						(B)

Valda artiklar

- (A) Pilot trial of a self-compassion intervention to address adolescents' social media-related body image concerns.
- (B) Social Media Use and Adolescent Mental Health: Findings From the UK Millennium Cohort Study