

## 03.01.01e – Databehandling

### Desktop research:

#### Metode

Desktop research metoden bruges til at indsamle viden samt danne et overblik over hvilket materiale der allerede ligger på internettet. Ved brugen af metoden samler du en masse relevant research på det emne man undersøger ud fra relevante artikler, blogs og websites. Ved brugen af metoden er det vigtigt at man forholder sig objektivt ift. den metodiske indsamling af den viden man finder.

#### Beskrivelse af undersøgelsen

Jeg valgte at bruge desktop research metoden til at undersøge emnet "Teenagers brug af sociale medier i forbindelse med mobning". Gennem artikler fandt jeg ud af, at mobbescenen for børn har ændret sig gevaldigt inden for de sidste 10 år. De sociale mediers påvirken betyder at børn ikke længere har et frirum. Det er derfor også blevet en del svære for voksne, pædagoger eller lærere at opsagde disse mobbesituationer, idet mobningen har rykket fokus fra den normale hverdag til på de sociale medier og SMS. Igennem en undersøgelse fra EU Kids Online viser den, at Danmark ligger meget højt i forhold til andre europæiske lande indenfor mobning på de sociale medier.

Et andet spændende udgangspunkt er, at de unge, der er blevet udsat for digital mobning mange inden for det seneste år opsøger sjældnere hjælp, end de unge, der har været udsat for mobning én gang inden for de senere år. Disse unge som har mobbet andre på nettet, har flere tegn på mistrivsel mindst ugentligt. Derudover fremprovokere det angst hos børn, end traditionel mobning. Børn der har været udsat for mobning i en længere periode mellem ét og 7 år, beskriver deres symptomer som posttraumatisk stress.

### Observation:

#### Metode

Observationsmetoden bruges til at indsamle data og anden viden ved at observere én person eller en mængde af mennesker gennem sin observation af deres adfærd. Observationen er med hensigt på et bestemt ageren og træk. Det er især vigtigt at observere hvordan menneskemængden reagere

overfor hinanden, og hvilken adfærd de/det skabet, samt stille spørgsmål om hvorfor, hvad eller hvordan de gør.

### Beskrivelse af undersøgelsen

Jeg har valgt at bruge observationsmetoden i en køkultur i tøjbutikken ARKET, hvor at omgivelserne er rolige, men fordi der er SALE, så er menneskemængden langt større end hvad den ville have været, hvis der ikke var SALE. De fleste står og venter meget utålmodigt, indtil det er deres tur. Nogle bliver sure, hvis én springer køen over. De kan ikke finde ud af at fordele sig ud på alle kasserne, hvilket skaber splid ift., hvis tur det er. Det ses meget tydeligt ud fra deres ansigtsudtryk, især en kvinde begyndte at råbe op, og da det var hendes tur ved kassen, blev hun sur på ekspedienten, at vedkommende ikke havde sagt eller gjort noget.

Menneskemængden stiller sig i én lang kø, og her skabes der sure miner og flere bruger øjnene eller kropssprog til at vise hvor utilfredse de er. I køen ses et meget bredt publikum af mennesketyper, alt fra unge til gamle. Familier med små børn og unge med veninder. De er meget selvoptaget, og kigger meget på deres telefon eller på køen. De skaber ingen plads til hinanden.

### Interview:

#### Metode

Interview metoden bruges til at for en subjektiv holdning fra brugeren gennem en spørgeramme, som man undersøger. Det giver derfor kun ét synspunkt ift. ens undersøgelse, hvilket kan være godt at bruge i nogle tilfælde, og andre gange kan man koble en anden metode til. I ens spørgeramme er det vigtigt at man får svar på lukkede spørgsmål, og senere åbne spørgsmål.

### Beskrivelse af undersøgelsen

Interviewer: Isabella Karlsgaard (IK)

Interviewe deltager: Mathilde Caroline Kvistgaard Olesen (MO)

Lokation: Købmagergade 33, København K

Dato og tid: 1. oktober 2020 21.00

IK: Hvilke sociale medier har du brugt, men som du ikke bruger mere?

MO: Jeg tror sådan, Snapchat var rimelig stort på et tidspunkt, som jeg brugt, og nu er det sådan lidt faser ud for mit vedkommende.

IK: Hvad får du ud af at bruge sociale medier?

MO: Hmm, jeg tror at jeg sådan lidt selv kan vælge, hvem jeg gider at være venner med. Så jeg kan selv styre, hvem jeg gider have ind og hvem jeg ikke gider have ind. Folk som jeg synes er irriterende f.eks. på Instagram gider jeg ikke følge, eller stopper med at følge dem.

IK: Har du din konto privat?

MO: Ja

IK: Hvorfor har du din konto privat?

MO: Ømm, det har jeg fordi, at jeg føler, at der er mange profiler, som ikke behøver at have informationer omkring hvad jeg går og laver.

IK: Så det er af sikkerhedsmæssige årsager?

MO: Ja!

IK: Hvis vi tager udgangspunkt i Instagram for eksempel, hvad giver Instragram dig i din hver dag?

MO: Jeg tror det er meget inspiration blandt andet til bolig, eller følge med i hvad mine veninder går og laver. Jeg følger faktisk ikke vildt mange bloggere, dem er jeg lidt ligeglade med.

IK: Hvilke udfordringer har du stødt på, at bruge sociale medier? Eller har du hørt nogle, der har haft udfordringer til det.

MO: Jeg tror ikke jeg er nået ud i at have udfordringer, fordi jeg igen fordi jeg føler min Instagram er meget privat. Så derfor lukker jeg ikke alle ind, og jeg lader ikke alle følge mig. Så jeg har ikke stødt på udfordringer ift. private oplysninger.

IK: Har du prøvet der var en der kontaktede dig?

MO: Jo, det har jeg faktisk. På Facebook, der har jeg oplevet sådan en ældre fyr, som har tagget mig i nogle billeder fra en juleaften, som om at jeg var med, eller som om jeg var i familie med ham. Og det var uden at jeg var venner. At det kan lade sig gøre, det forstår jeg ikke. Så der blev jeg nødt til at gå ind og blokere ham.

Jeg udførte undersøgelsen ved brug af interview metoden, hvor jeg interviewede min veninde Mathilde Caroline Kvistgaard Olesen, da jeg synes det kunne være spændende at høre, hvad hun synes om de sociale medier.

### Indsigter

- De sociale medier giver mulighed for selv at kunne vælge, hvem man gider være venner med.
- Privat konto kan derfor hjælpe en med at sikre sine billeder ikke kommer ud til folk man ikke kender.
- Sociale medier som Instagram giver inspiration i hverdagen.
- Man kan følge med i veninders hverdag.
- Lige glad med at følge med i bloggernes liv.

### Survey:

#### Metode

Survey metoden bruges til at få konkrete svar fra en større mængde af mennesker gennem en spørgeskemaundersøgelse. Ved at lave en spørgeskemaundersøgelse er det en god idé at lave det anonymt, for at få brugeren til at svare mere ærligt. En god idé er at holde sin survey kort til en side, samt være meget specifikt spørgsmål, så det ikke forvirrer respondenterne. En survey er en kvantitativ undersøgelse, derudover er resultaterne ofte meget pålidelige, da antallet af respondenter er højt.

#### Beskrivelse af undersøgelsen

Klassen blev stillet en spørgeskema, som indeholdt mange interessante aspekter af de 58 med studerende. Resultatet af surveyes gav mange indsigter herunder:

- Største delen af klassen bor i KBH S
- 39,7 % er cyklet til studiet.
- 13 ud af 57 har fra en skala fra 1-10 givet 2 til kantinen.
- 65,5% foretrækker at bruge Google Chrome som browser.
- Gennemsnitlig skærmtid på tlf. de sidste 7 dage er 3-4 timer.
- Klassen vurderede at Messenger, Facebook, Instagram, Youtube og Snapchat er de mest brugte apps.
- Størstedelen af klassen bruger computeren frem for mobilen, når de skal lave studieopgaver eller se film.

# Indsigter fra desk research

## Emne: Teenagers brug af sociale medier i forbindelse med mobning

**Indsigt 1:** Sværere at opdage mobbesituationer via digitale medier.

**Indsigt 2:** Digital mobning – et supplement til den fysiske mobning

**Indsigt 3:** Det kan lyde og se voldsomt ud. Heriblandt med voldsomme trusler eller sige, at vi hader nogen og tale enormt grimt, når det er igennem en skærm.

**Indsigt 4:** Det er et problem at de unge der er hårdest ramt af mobning, er dem der er mindst tilbøjelige til at opsøge hjælp.

**Indsigt 5:** De unge som har mobbet andre på nettet, har flere tegn på mistrivsel mindst ugentligt.

**Indsigt 6:** Barnet ved ikke altid hvem afsenderen er, fordi det kan foregå via falske profiler.

**Indsigt 7:** Mobning anses som en fællesskabsform, der bygger på, at man holder nogen underfor, og at man får et "vi" ved at definere, hvem der ikke er med.

**Indsigt 8:** Mobning har rykket fokus fra den virkelige verden og anses mere på de sociale medier og SMS.

**Indsigt 9:** De sociale mediers påvirkning på mobbescenen betyder at børn ikke længere har et frirum.

**Indsigt 10:** Faresignalerne er sværere at se for bl.a. forældre, lærere og pædagoger.

Indsigt 1: Alle slags typer - familier med små børn og unge med veninder.

Indsigt 2: Ekspedienten bruger længere tid per kunde, da de pakker pænt ind, hvilket er med til at skabe længere ventetid per kunde.

Indsigt 3: De er meget selvoptaget og kigger meget på deres telefon eller på køen. De skaber ingen plads til hinanden.

Indsigt 4: De stiller sig i én lang kø, og her skabes der sure miner og flere bruger øjnene eller kropssprog til at vise hvor utilfredse de er.

Indsigt 5: De fleste står og venter meget utålmodigt, indtil det er deres tur.

## Indsigter fra interview

Indsigt 1: De sociale medier giver mulighed for selv at kunne vælge, hvem man gider være venner med.

Indsigt 2: Privat konto kan derfor hjælpe en med at sikre sine billeder ikke kommer ud til folk man ikke kender.

Indsigt 3: Sociale medier som Instagram giver inspiration i hverdagen.

Indsigt 4: Man kan følge med i veninders hverdag.

Indsigt 5: Lige glad med at følge med i bloggernes liv.



## Indsigter fra survey

Indsigt 1: Største delen af klassen bor i KBH S

Indsigt 2: 39,7 % er cyklet til studiet.

Indsigt 3: 13 ud af 57 har fra en skala fra 1-10 givet 2 til kantinen.

Indsigt 4: 65,5% foretrækker at bruge Google Chrome som browser.

Indsigt 5: Gennemsnitlig skærmtid på tlf. de sidste 7 dage er 3-4 timer.

Indsigt 6: Klassen vurderede at Messenger, Facebook, Instagram, youtube og snapchat er de mest brugte apps.

Indsigt 7: Størstedelen af klassen bruger computeren frem for mobilen, når de skal lave studieopgaver eller se film.