

Sosiale medier - venn eller fiende?

Eirik Bjørnstad



Høgskolen i **Hedmark**

Bacheloroppgave avdeling LUNA
Grunnskolelærerutdanningen 5. -10. trinn

HØGSKOLEN I HEDMARK

Vår 2013

Norsk sammendrag

Tittel: Sosiale medier - venn eller fiende?	
Forfatter: Eirik Bjørnstad	
År 2013	Sider 40
Emneord: sosiale medier, Twitter, undervisning, læring	
Sammendrag: <p>Dagens unge er det man kaller de første digitalt innfødte. Sosiale medier har en sentral plass i hverdagen til et flertall av de unge, og disse nye sosiale mediene har også gjort sitt inntog i skolen. Noen skoler forsøker å bruke de i undervisningen, andre forbyr dem. De unge er tidlig ute med å ta i bruk nye sosiale medier, og man bør etterstrebe å utnytte dette i dagens skole. Samfunnet er i konstant endring, og dagens unge har behov for å lære andre ting enn tidligere. I tillegg har måten å lære på også endret seg. Konnektivismen og det sosiale aspektet ved læring står mye mer sentralt. Ved å utnytte elevenes vaner og bruk rundt sosiale medier, kan man sørge for økt læring. Man må bare vise elevene hvordan. Det sosiale mediet Twitter er særlig godt egnet blant annet fordi det er så enkelt å prøve, det passer ypperlig med tanke på konnektivismen, har spesifikke funksjoner man kan utnytte i læringsøyemed, og det kan inspirere og motivere til økt læring.</p>	

Engelsk sammendrag (abstract)

Title: Social media - friend or foe?	
Authors: Eirik Bjørnstad	
Year: 2013	Pages: 40
Keywords: Social media, Twitter, education, teaching, learning	
Summary: <p>Today's adolescents are often referred to as the first digital natives. Social media have a central place in the everyday life of the majority of today's young people, and these new social media have also made their entry into education. Some schools try to make use of them, while others ban them. The young are quick to make use of new social media, and one should try to exploit this in modern education. In a constantly changing society, the adolescents of today need to gain a different competence than before. Moreover the way we learn has also changed. Connectivism and the social aspect of learning have gained prominence. By taking advantage of the young people's social media habits, one can ensure increased learning. It is just a matter of showing the pupils how. The social medium Twitter is particularly suitable because it is easy to try out, it fits well with connectivism, has specific features suitable for learning and it can help to inspire and motivate for increased learning.</p>	

Innhold

FORORD.....	6
1. INNLEDNING	7
1.1 PROBLEMSTILLING.....	7
1.2 OPPBYGGING AV OPPGAVEN	8
1.3 BEGREPSDEFINISJON	8
1.3.1 Hva er sosiale medier?.....	8
2. TEORI.....	10
2.1 HVA ER TWITTER?.....	10
2.1.1 Hvem bruker Twitter?.....	10
2.1.2 Hvordan kan man bruke, og hvordan brukes Twitter?.....	11
2.1.3 Funksjonene “retweet” og “favourite”.....	12
2.1.4 Funksjonen hashtag.....	13
3. METODE	16
3.1 KVANTITATIV METODE	16
3.2 UTFORMING AV SPØRRESKJEMA	16
3.3 UTVALGET VED KVANTITATIV METODE	17
4. RESULTATER KVANTITATIV UNDERSØKELSE	18
4.1 SVAR PÅ DE ÅPNE SPØRSMÅLENE I SPØRREUNDERSØKELSEN	25
4.1.1 Resultater på åpent spørsmål: “Hvordan det er mulig å bruke sosiale medier i undervisningen? Forslag til aktiviteter?”.....	26
4.1.2 Resultater på åpent spørsmål: “Hvordan er det mulig å bruke Twitter i engelskundervisningen? Forslag til aktiviteter?”.....	27
5. VALIDITETEN OG RELIABILITETEN TIL DEN KVANTITATIVE UNDERSØKELSEN.....	28
6. DRØFTING.....	29
6.1 HVORFOR BRUKE SOSIALE MEDIER I UNDERVISNINGEN	29
6.1.1 Samfunnet har endret seg.....	29
6.1.2 Nye måter å lære på.....	30
6.1.3 Det sosiale aspektet.....	32
6.1.4 Terskelen for deltagelse i diskusjon og debatt er lavere	33

6.1.5	<i>Muligheter for å utnytte elevenes vaner og mobilbruk</i>	33
6.1.6	<i>Motivasjon og sosiale medier</i>	34
6.2	HVORFOR BRUKE TWITTER I UNDERVISNINGEN.....	34
6.2.1	<i>Enkelt å prøve</i>	34
6.2.2	<i>Språklig utvikling</i>	34
6.2.3	<i>Passer ypperlig med tanke på konnektivismen</i>	35
6.2.4	<i>Utnyttelse av Twitter sine spesifikke funksjoner</i>	35
6.2.5	<i>Kan fungere som inspirasjon</i>	35
6.3	FARER VED SOSIALE MEDIER.....	36
7.	OPPSUMMERING	38
	LITTERATURLISTE	39
	VEDLEGG	41
	VEDLEGG 1: SPØRRESKJEMA ANGÅENDE BRUK AV SOSIALE MEDIER, OG SPESIELT TWITTER	41

Forord

Denne bacheloroppgaven markerer slutten av tre år med undervisning i faget Pedagogikk og elevkunnskap. Oppgaven er resultatet av fem måneders arbeid våren 2013. Arbeidet med denne oppgaven har vært lærerikt og spennende prosess, men også krevende. Blant annet har problemstillingen endret seg underveis, noe som gjorde arbeidet noe mer utfordrende enn først antatt.

Jeg vil rette en stor takk til veileder, Knut Øystein Høvik, for hans imøtekommenhet, engasjement og konstruktive samtaler. Med hans innspill og gode tilbakemeldinger har jeg klart å opprettholde motivasjonen til å gjøre en god jobb med denne oppgaven gjennom hele prosessen. Nelly Vestad og elever ved Børstad Ungdomsskole fortjener også en takk for henholdsvis tilrettelegging og deltakelse i spørreundersøkelsen i forbindelse med denne oppgaven.

Eirik Bjørnstad

Hamar, 21. mai 2013

1. Innledning

I følge Per Kristian Bjørkeng, forfatter av boka *Nettkidsa – Barnas digitale hverdag* (2011), er dagens norske barn annerledes. De er de første digitalt innfødte som han kaller det. På svært få år har sosiale medier fått en sentral plass i hverdagen til et flertall av de unge. De nye, sosiale mediene har også gjort sitt inntog i skolen de siste årene. Noen skoler forsøker å bruke dem i undervisningen, andre forbyr dem (Bjørkeng, 2011, s. 25). Denne bacheloroppgaven består av en kartlegging av de unges bruk av ulike sosiale medier, samt en del som argumenter hvorfor lærere bør benytte sosiale medier i undervisningen.

Formålet med oppgaven er tosidig. Først vil jeg forsøke å danne et bilde av hvilke sosiale medier som benyttes mest hos unge i ungdomsskolealder. Dette gjøres ved hjelp av en spørreundersøkelse utført i to tiendeklasser ved en ungdomsskole i Hedmark. Det andre jeg vil se nærmere på, er hvorfor man bør benytte sosiale medier i undervisningen, med spesielt fokus på mikrobloggtjenesten Twitter. Å omfavne elevers bruk av sosiale medier virker mer hensiktsmessig, enn å prøve å kontrollere bruken eller opprettholde et forbud siden myndighetene i dag ønsker å plassere IKT helt i sentrum av undervisningen i alle fag.

Kunnskapsløftet krever nå at skolen skal undervise i fem grunnleggende ferdigheter: muntlige og skriftlige ferdigheter, lesing og regning, og bruk av digitale verktøy. Digitalisering har altså på kort tid blitt like viktig som lesing og regning, og digitale ferdigheter skal inn i undervisningen i alle fag og på alle tretten klassetrinn. Tidligere var opplæring i bruk av kontorstøtteverktøy, som Word og PowerPoint det viktigste. Deretter kom Internett som en kjemperessurs med sitt enorme kunnskapstilfang. Nå går skolen langsomt over i en ny fase, der stadig flere spesiallagde pedagogiske hjelpemidler blir tatt i bruk (Bjørkeng, 2001, s. 24.) I følge Bjørkeng er det også her det største pedagogiske potensialet ligger. Min oppfatning er at det også ligger et stort pedagogisk potensiale i bruk av sosiale medier i undervisningsøyemed. Dette på grunn av endringer både i samfunnet generelt, og også i måten dagens unge lærer på.

1.1 Problemstilling

På bakgrunn av innledningen har jeg kommet fram til følgende problemstilling for denne bacheloroppgaven:

”Hvordan er de unges bruk av sosiale medier? Hvorfor bør man benytte sosiale medier i undervisningen, og da spesielt Twitter?”

1.2 Oppbygging av oppgaven

Oppgaven starter med en definisjon på hva som menes med sosiale medier. Deretter følger en teoridel som forklarer det sosiale mediet Twitter og dets ulike funksjoner nærmere. For å kunne svare på problemstillingen i denne oppgaven, var det nødvendig med en spørreundersøkelse rundt de unges vaner rundt bruk av sosiale medier. Metoden rundt denne spørreundersøkelsen blir forklart, samt at resultatene presenteres og diskuteres. Deretter følger et punkt om validiteten og reliabiliteten til spørreundersøkelsen. Til slutt i oppgaven argumenteres det for hvorfor man bør bruke sosiale medier i undervisningen, og hvorfor Twitter kan egne seg særskilt godt.

1.3 Begrepsdefinisjon

1.3.1 Hva er sosiale medier?

Siden denne oppgaven i stor grad omhandler sosiale medier, er det hensiktsmessig med en definisjon på hva som menes med sosiale medier. For det første er sosiale medier et relativt nytt begrep. Det ble brukt for første gang i norske medier i 2006. Siden da har omtalene om sosiale medier økt hvert eneste år (Aalen, 2013, s. 15). Innenfor forskning blir det vi på norsk omtaler som sosiale medier i hovedsak omtalt som *social network sites*, eller *sosiale nettverkssider* (SNS) på norsk. Den mest utbredte definisjonen på SNS er Boyd og Ellisons fra 2007:

Sosiale nettbaserte tjenester hvor personer kan

- 1) Konstruere en offentlig eller halv-offentlig profil innenfor et begrenset system
- 2) Lage en liste over andre brukere som de har en relasjon eller kobling til, og
- 3) der en bruker kan se og navigere seg gjennom sin egen og andres lister over relasjoner

(Aalen, 2013, s. 16)

En annen definisjon, som kanskje er lettere å forstå i forbindelse med denne bacheloroppgaven, er Andreas Kaplan og Michael Haenleins definisjon. De hevder at sosiale

medier er en gruppe internetbaserte applikasjoner som bygger på det ideologiske og teknologiske grunnlaget til Web 2.0, og som tillater skapelse og utveksling av brukergenerert innhold. Med interaksjon mellom brukerne menes blant annet deling, rating, likes, tagging eller posting av kommentarer til bilder, artikler eller annet innhold og informasjon. I motsetning til tradisjonelle medier som eksempelvis TV, radio og avis er det brukerne som setter føringen for hva innholdet skal være i et sosiale medium, og ikke en overordnet aktør eller avsender (Sosiale medier, 2013).

2. Teori

Et særtrekk ved sosiale medier som Facebook, Twitter og YouTube er at det er de unge som leder an, både i bruk og kompetanse (Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet, 2011). Som nevnt har de nye, sosiale mediene gjort sitt inntog i skolen. At dagens unge ikke bare har glede av de sosiale mediene, men også kommer til å få bruk for kunnskaper om dem i det voksne liv, er tydelig. To tredjedeler av norske bedrifter tror en virksomhet uten en strategi for sosiale medier vil møte problemer (Bjørkeng, 2011, s. 25). Forfatteren av denne bacheloroppgaven anser potensielt utbytte ved å gjøre elever i grunnskolen oppmerksomme og bevisste på bruk av sosiale medier, både i forhold til et forestående arbeidsliv og i forhold til læring, til stort. Dette blir underbygget senere i oppgaven.

Fokuset i denne bacheloroppgaven vil, som tidligere nevnt, være på hvorfor man bør benytte seg av sosiale medier i undervisningen, og da spesielt Twitter. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til i drøftingsdelen av denne oppgaven. Først vil jeg forklare hva Twitter er, hvem som bruker det og noen av funksjonene tjenesten har.

2.1 Hva er Twitter?

Twitter er en plattform for etablering av sosiale nettverk og for mikroblogging. Det spesielle med Twitter er at meldinger, såkalte tweets, må begrenses til 140 tegn (Rustad, 2012, s. 92). Gründeren Jack Dorsey hørte ofte på politiradio i oppveksten, og ble fascinert av bruken av korte, konsise meldinger. Dette var inspirasjonen bak tjenesten som ble opprettet i 2006. Grunnen til at tweets er begrenset til 140 tegn er i følge Dorsey at begrensinger inspirerer til kreativitet. I tillegg forklarer Dorsey at alle mobiltelefoner klarer å håndtere tekstmeldinger på opptil 160 tegn. Med opptil 20 tegn satt av til brukernavn, endte de opp med at meldinger skrevet på Twitter skulle begrenses til maks 140 tegn (Anderson, 2013).

2.1.1 Hvem bruker Twitter?

Diffusjonsteorien står sentralt når det gjelder spredningen av sosiale medier. Den går ut på at hvem som først bruker et sosialt medium vil påvirke spredningen. Det er avgjørende at de første som tar i bruk en ny teknologi har høy sosial status og stor påvirkningskraft. Disse første brukerne, innovatørene, forteller så om nyvinningen til vennene sine som igjen blir brukere, og forteller om dette til sine venner. Slik får spredningen fart på seg (Aalen, 2013, s.

21). Dette gjelder også for Twitter. Teknologiinteresserte i Silicon Valley var de første som tok tjenesten i bruk. Også her i Norge var det teknologiinteresserte som var først ute. Alderssegmentet var også høyere enn hos de som var først ute med å ta i bruk Facebook (Aalen, 2013, s. 23).

Over 200 millioner mennesker sender 400 millioner tweets hver dag (Tsukayama, 2013). Også i Norge blir mikrobloggtjenesten stadig større. På to år har Twitter doblet oppslutningen her til lands, og første kvartal 2012 hadde 11 prosent av nordmenn opprettet en Twitter-konto. Sammenlignet med det suverent største sosiale mediet, Facebook med en oppslutning på nærmere 56 prosent i Norge, kan Twitteroppslutningen virke liten. Men sannheten er at Twitter er det nettsamfunnet med nest størst oppslutning etter Facebook i Norge. Veksten for Twitter er interessant for denne bacheloroppgaven, siden det har vært en spesielt sterk vekst blant de yngre på Twitter (Fossbakken, 2012). Kartleggingsundersøkelsen som kommer senere i denne oppgaven viser også dette. Her var hele drøye 51 prosent av respondentene representert på Twitter, sammenlignet med de 11 prosentene som er representert på landsbasis. I følge forskningsleder for medier i TNS Gallup, Knut-Arne Futsæter, er årsaker til denne veksten blant annet at tradisjonelle medier som NRK, TV2 og VG har omtalt Twitter i positive ordlag, samt at Twitter ofte blir referert til i forbindelse med debatter og sport på tv (Fossbakken, 2012).

2.1.2 Hvordan kan man bruke, og hvordan brukes Twitter?

Twitter er godt egnet til å lage et personlig skreddersydd medium ved at man følger bestemte medier, personer, bedrifter, og organisasjoner. Twitter er bygd opp på den måten at man kan velge å følge hvem man vil, uten at den man følger trenger å godkjenne "vennskapet" som man må ved bruk av Facebook. Denne arkitekturen har bidratt til en sterk og rask vekst for Twitter som sosialt medium (Fossbakken, 2012).

På verdensbasis har Facebook over 1,1 milliarder brukere (Smith, 2013). 2,75 millioner av disse finner vi Norge. Det utgjør 55,56 prosent av den norske befolkningen, noe som gjør at Norge er i toppsjiktet når man ser på den prosentvise andelen av et lands befolkning som er brukere av Facebook (Aspeflaten, 2013). Twitter har en langt mer begrenset utbredelse med sine 500 millioner brukere, hvorav 200 millioner er aktive brukere (Smith, 2013). Likevel er mange av de brukerne som benytter seg av Twitter, sterke meningsbærere og -spredere. Dessuten benyttes Twitter i ustrakt grad av journalister. Dette betyr at Twitter som

spredningsmedium er langt større enn det antallet brukere skulle tilsi (Furu, 2011, s. 145). Eksempler på Twitter som spredningsmedium og hva man kan oppnå ved bruk av dette, er for eksempel hvordan unge revolusjonærer brukte Twitter for å kommunisere det som gav næring til den arabiske våren eller hvordan en kongressmann i USA ble tvunget til å trekke seg etter en litt uheldig tweet med link til et bilde av sin erigerte penis, riktignok skjult under en boksershorts, til en tjueen år gammel kvinnelig student (Anderson, 2013).

2.1.3 Funksjonene “retweet” og “favourite”

Å ”retweete” på Twitter innebærer at en sender videre en annens tweet til sine egne følgere. Dette gjøres svært enkelt ved rett og slett å klikke på retweet-knappen ved siden av den tweeten man ønsker å retweete (Furu, 2011, s. 157). Et eksempel som viser hva funksjonen ”retweet” kan hjelpe til å oppnå er en historie i fra Sør-Afrika. Der ble en mann kidnappet av banditter og slengt i bagasjerommet på sin egen bil. Men skurkene glemte én viktig detalj, offeret var fremdeles i besittelse av sin egen mobiltelefon. Ved hjelp av denne sendte mannen en tekstmelding til kjæresten, og fikk varslet henne om den alvorlige situasjonen. Det kjæresten da gjorde var å twitre om kidnappingen, og ba sine følgere om å være på utkikk etter bilen. Tweeten ble retweetet mange ganger og spredte seg som ild i tørt gress. Enden på visa ble at politiet fikk satt opp veisperringer, og fikk fatt i forbryterne (Ottervig, 2012).

Man kan også merke tweets som en ”favourite”, eller favoritt direkte oversatt til norsk. Dette innebærer at man markerer tweets man liker spesielt godt ved hjelp av en stjerne. Tweets man merker som ”favourite” finner man også lett igjen i en egen ”favourite-liste” på Twitterkontoen sin. Denne funksjonen er fin å bruke hvis man vil ta vare på en spesiell morsom tweet, en lenke man behøver og lignende. Funksjonene ”retweet” og ”favourite” benyttes også til å ta standpunkt i ulike saker. Man enten retweeter eller gjør en tweet til en favoritt for å vise hva man mener eller står for. Ofte brukes det på denne måten i forbindelse med ulike sportsarrangement:



Figur 1: Eksempel på retweet eller favourite tweet

(Twitter, 2013)

Disse funksjonene kan også en lærer utnytte i undervisningssammenheng. For eksempel ved å retweete en viktig lenke til sine elever, eller å få en oversikt over hva klassen mener om ulike ting gjennom at elevene enten retweeter en tweet eller gjør det til en favoritt.

2.1.4 Funksjonen hashtag

Nummertegnet, #, kalles på Twitter for en hashtag. Dette tegnet benyttes til å angi en tematisk tilhørighet for en oppdatering. Dersom man for eksempel twitrer om en ledig stilling, vil man for eksempel gjerne merke denne tweeten med *#jobb*, som er hashtaggen for ledige stillinger. En bruker kan da klikke på denne hashtaggen og enkelt finne alle andre tweets som blir merket med samme hashtag. Tweetsene man da får opp er fra alle Twitter-brukere over hele verden, og ikke begrenset til personer som brukeren selv følger. Men dette er også en mulighet. Alle som ønsker kan finne opp sin egen hashtag (Furu, 2011, s. 150-151). For eksempel finner mange mye humor i å lage hashtags basert på lange, fullstendige setninger i forbindelse med intern humor på Twitter. Poenget med en hashtag er imidlertid ofte å finne fram til de hashtaggene som allerede er utstrakt i bruk, og benytte disse slik at man kan bli funnet av interesserte brukere som søker etter tweets om et gitt emne. Nettstedet *hashtags.no* publiserer en oversikt over de hashtagger som er mest populære i Norge til enhver tid. Her finner man også en oversikt over de mest aktive twittrerne, de mest brukte ordene i tweets generelt, og mer (Furu, 2011, s. 154). Når dette ble skrevet, 16. april 2013, var topp 10 listen på *hashtags.no* som følger:

Tabell 1: Topp 10 liste hashtags 16. april 2013

1	#boston
2	#prayforboston
3	#BostonMarathon
4	#denfølelsen
5	#pray4boston
6	#justinbieber
7	#VG
8	#LMNSO
9	#NRK
10	#apps4norge

(hashtags.no, 2013)

Som vi kan se er det ”pray for Boston” i ulike varianter, og ”Justin Bieber” som dominerer det brukerne av Twitter i Norge twitrer om denne dagen. Dette er ikke så rart ettersom det er dagen etter at bomber eksploderte under Boston Marathon, og at Justin Bieber er på plass i Norge for å holde tre konserter på Telenor Arena. Det er verdt å kommentere åttendeplassen på listen. Hashtaggen #LMNSO er den offisielle hashtaggen til Landsmøtet til Norsk Studentorganisasjon. Dette er et godt eksempel på et ypperlig bruksområde for hashtags. Ved å bli enige om en bestemt hashtag på for eksempel et landsmøte, en messe eller konferanse, kan alle deltagere som ønsker å kommentere det som skjer bruke denne hashtaggen. Da blir det også enkelt for andre deltagere, arrangører og lignende å holde rede på som sies på den aktuelle samlingen (Foss, 2011, s. 153). Her ligger det også til rette for bruk av egne hashtags i for eksempel klasser, skoler eller andre skole- og undervisningssammenhenger. Man kan for eksempel lage en egen hashtag for #Børstad, eller en for #10bBørstad om det er klassen man underviser i. Eventuelt kan elevene søke på en bestemt hashtag, og se hva de

kan finne på Twitter om et spesielt tema eller lignende. #undervisning eller #Obama er eksempler på dette. Her er det kun fantasien som setter grenser. Det gjelder bare å lære opp elevene til å se muligheten, og hvordan de kan utnytte disse på best mulig måte i forhold til egen læring.

3. Metode

3.1 Kvantitativ metode

I forbindelse med denne bacheloroppgaven var det nødvendig med en form for kartlegging av unge elevers bruk av sosiale medier. For å kartlegge dette samlet jeg data ved bruk av et spørreskjema. Et spørreskjema må utformes slik at det kan gi svar på problemstillingen (Christoffersen & Johannesen, 2012, s. 129). Nå har problemstillingen for denne bacheloroppgaven endret seg under arbeidet med den. Opprinnelig var tanken en problemstilling rundt *hvordan* man kunne benytte seg av sosiale medier, og Twitter spesielt, i undervisningssammenheng. Dette ble etter at spørreundersøkelsen ble utført, endret til *hvorfor* man bør benytte seg av sosiale medier i undervisningen. Derfor inneholder spørreundersøkelsen jeg utførte spørsmål om hvordan det er mulig å bruke sosiale medier, og da spesielt Twitter i undervisningen, forslag til aktiviteter, i tillegg til spørsmål om hvilket språk Twittrere respondentene fulgte bruker. Ettersom problemstillingen endret seg underveis, er ikke alle spørsmålene i spørreundersøkelsen like relevante for den endelige bacheloroppgaven. Like fullt var en kartlegging av de unges bruk av sosiale medier alltid en del av planen. Dette for å få en pekepinn på blant annet hvilke sosiale medier de benytter seg av, og hvilke medier som er mest brukt. Så kan man ta dette i betraktning når det gjelder å ta i bruk sosiale medier i undervisningsøyemed på ulike plattformer.

3.2 Utforming av spørreskjema

Utgangspunktet for utformingen av spørreskjemaet er undersøkelsens problemstilling (Christoffersen & Johannesen, 2012, s. 129). Problemstillingen i denne bacheloroppgaven er som tidligere nevnt: ”Hvordan er de unges bruk av sosiale medier? Hvorfor bør man benytte sosiale medier i undervisningen, og da spesielt Twitter?” Et viktig prinsipp ved utforming av et spørreskjema er å stille mest mulig konkrete spørsmål (Christoffersen & Johannesen, 2012, s. 129-130). For å kunne kartlegge det jeg ville var jeg avhengig av å kombinere ulike grader av strukturering for de ulike spørsmålene i spørreskjemaet. For å kunne kartlegge hvilke sosiale medier de unge benytter seg av, hvem de følger på Twitter, og hva de bruker Twitter til valgte jeg å benytte et semistrukturert spørreskjema. Det betyr at man kombinerer åpne og prekodede svar (Christoffersen & Johannesen, 2012, s. 130). For å kartlegge hvilke

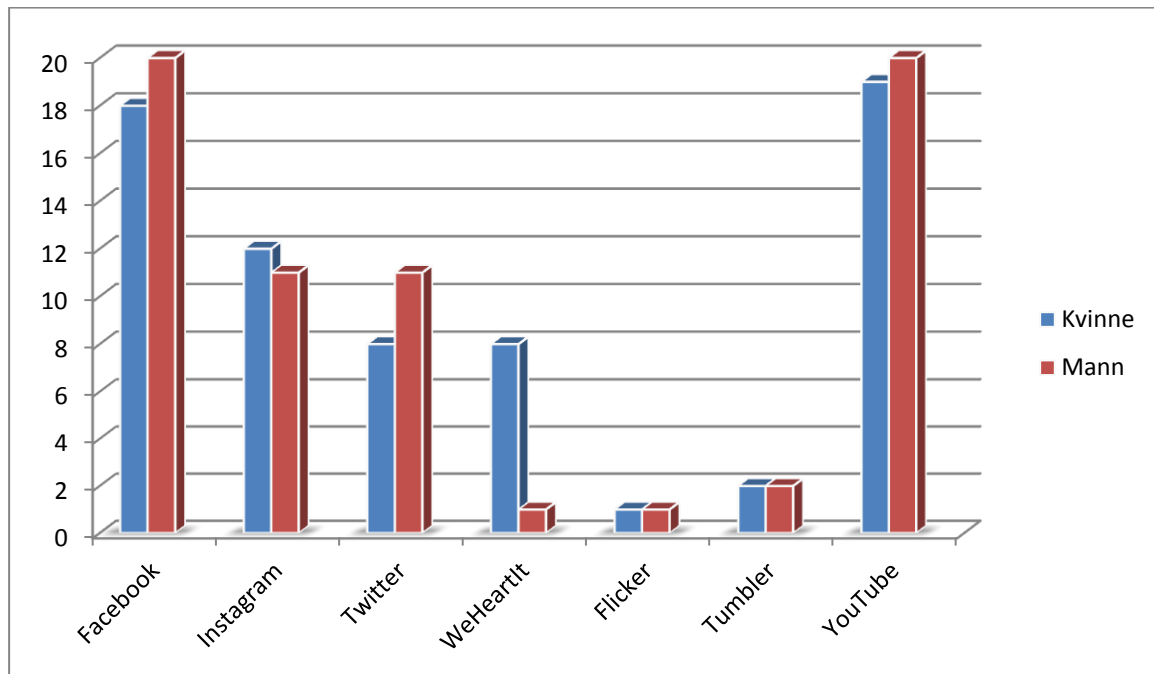
medium man benytter seg av ved bruk av sosiale medier samt se hva slags språk twitrere ungdomsskoleelever følger bruker, valgte jeg å bruke en såkalt Likert-skala. Det innebærer at respondentene får muligheten til å nyansere svaret ved å markere det området på skalaen som gjenspeiler deres oppfatning. Siden det er mange studier som finner høyest reliabilitet ved bruk av femtrinnskala (Christoffersen & Johannesen, 2012, s. 135), valgte også jeg å benytte dette. I tillegg besto spørreskjemaet av to åpne spørsmål om bruk av sosiale medier og Twitter i undervisning. Jeg valgte også å inkludere et spørsmål om hvilket kjønn respondentene er, for å se om det var noen signifikante forskjeller i resultatene i forhold til dette.

3.3 Utvalget ved kvantitativ metode

For å kartlegge elevers bruk av sosiale medier benyttet jeg meg av to klasser på tiende klassetrinn ved en ungdomsskole i Hedmark som respondenter. Til sammen består undersøkelsen av 39 respondenter, hvorav 19 er jenter og 20 er gutter. Utvalget er forholdsvis homogent da respondentene er i samme alder, fra samme skole. Sosioøkonomisk bakgrunn, familiesituasjon og lignende er ikke tatt med i betraktningen når undersøkelsen er forholdsvis snever og bare gir en indikasjon på de unges vaner rundt bruk av sosiale medier. Undersøkelsen ble gjennomført i klassenes klasserom etter tillatelse fra praksislærer, og på forhånd informerte jeg elevene om at svarene skulle brukes i forbindelse med en bacheloroppgave ved Høgskolen i Hedmark. Dette for at elevene skulle ta undersøkelsen mest mulig seriøst, og dermed øke validiteten til svarene.

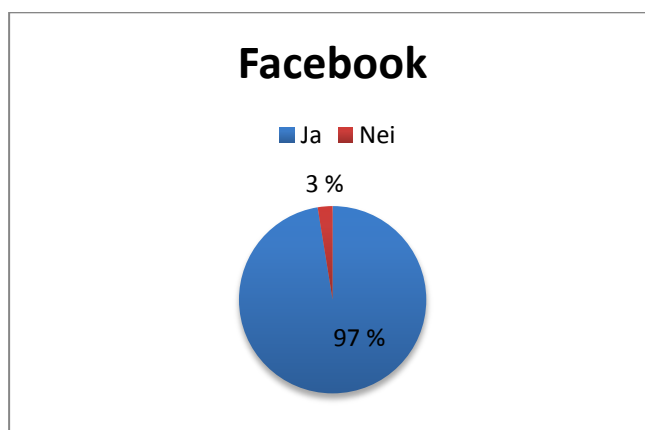
4. Resultater kvantitativ undersøkelse

På spørsmålet om hvilke sosiale medier man benytter seg av fikk jeg følgende resultater:

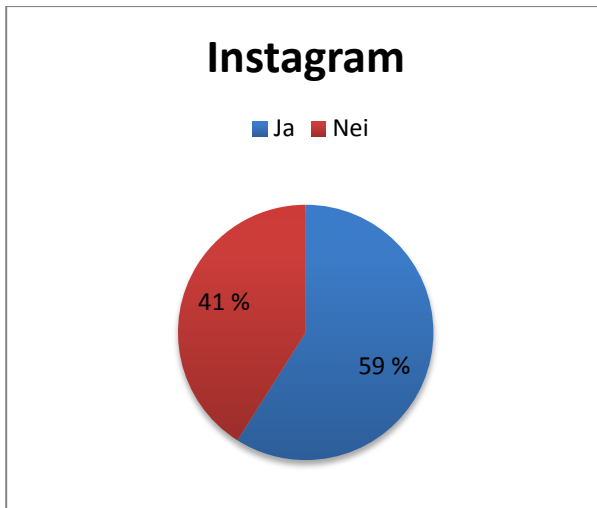


Figur 2: Oversikt antall respondenter som benytter seg av ulike sosiale medier sortert etter kjønn

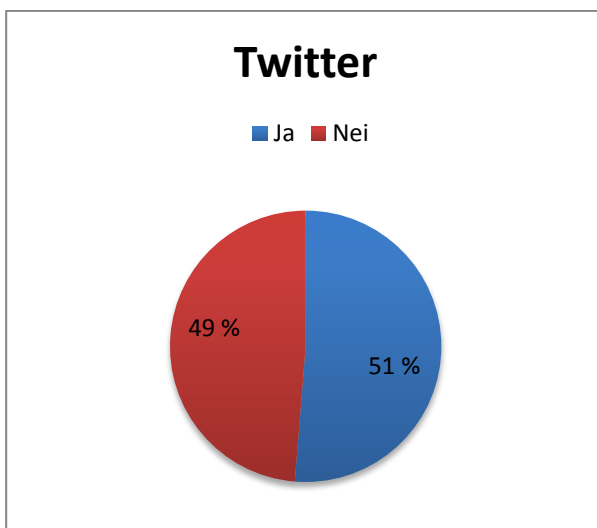
Under følger en oversikt over stor prosentvis andel av respondentene som benytter seg av de ulike sosiale mediene:



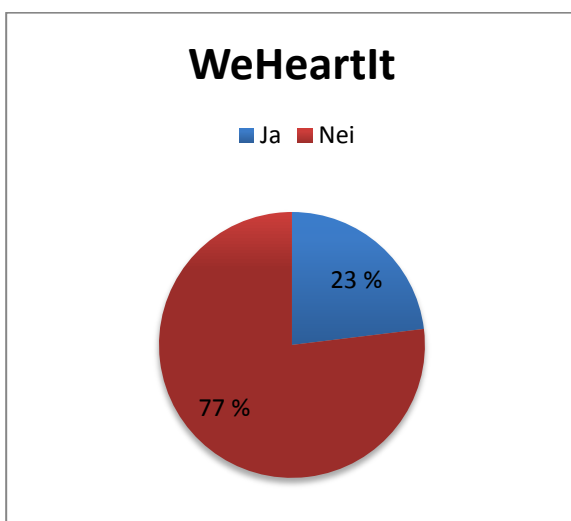
Figur 3: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av Facebook



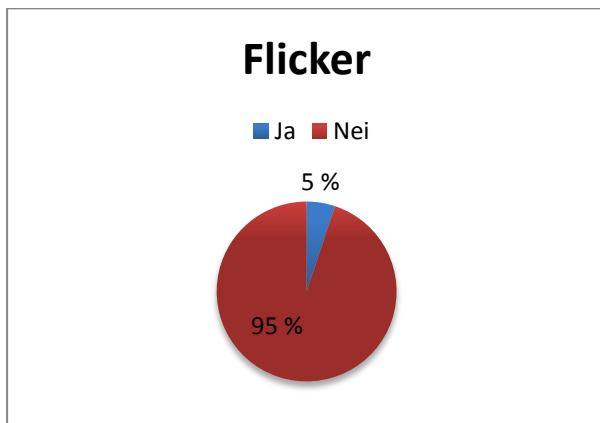
Figur 4: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av Instagram



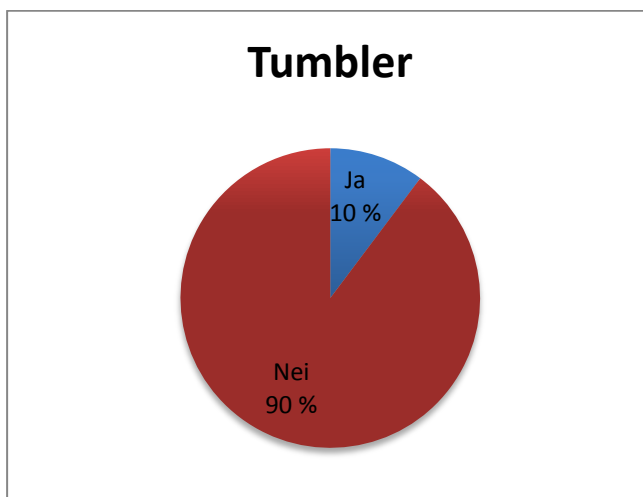
Figur 5: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av Twitter



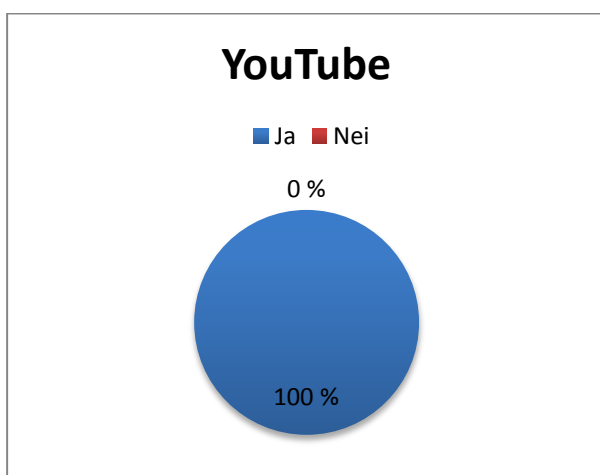
Figur 6: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av WeHeartIt



Figur 7: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av Flickr



Figur 8: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av Tumblr

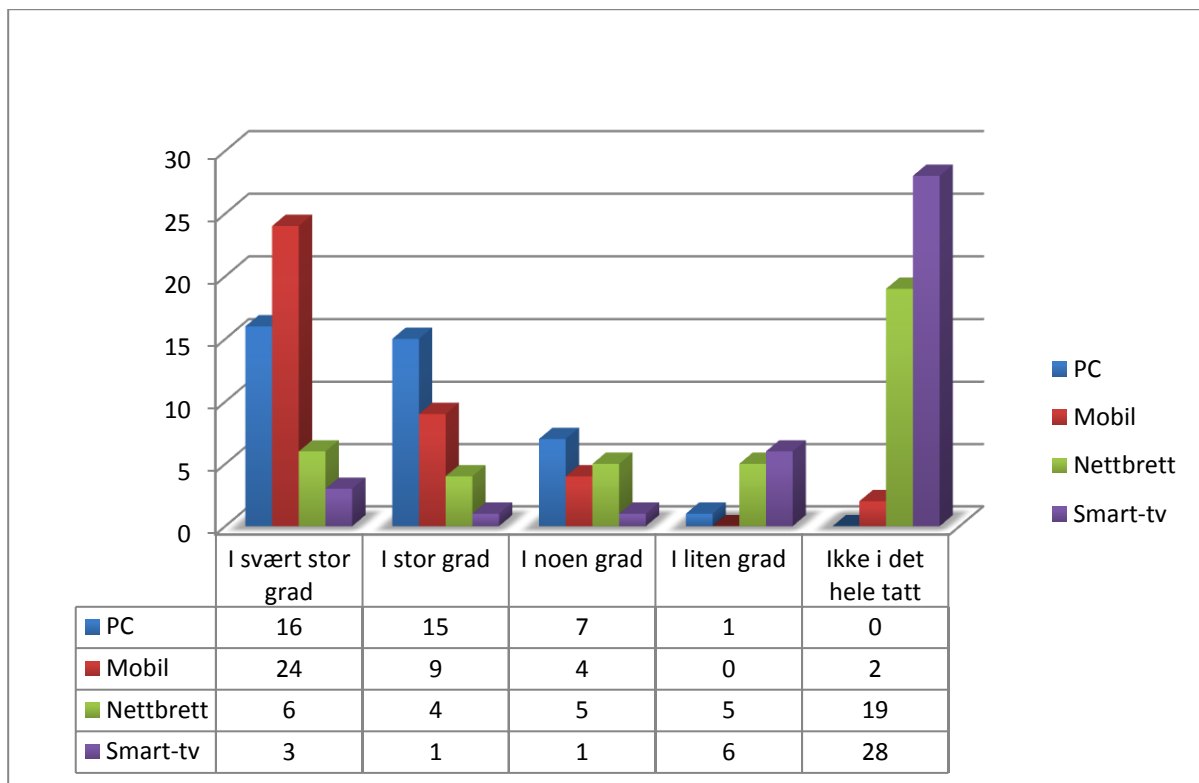


Figur 9: Prosentvis andel av respondentene som benytter seg av YouTube

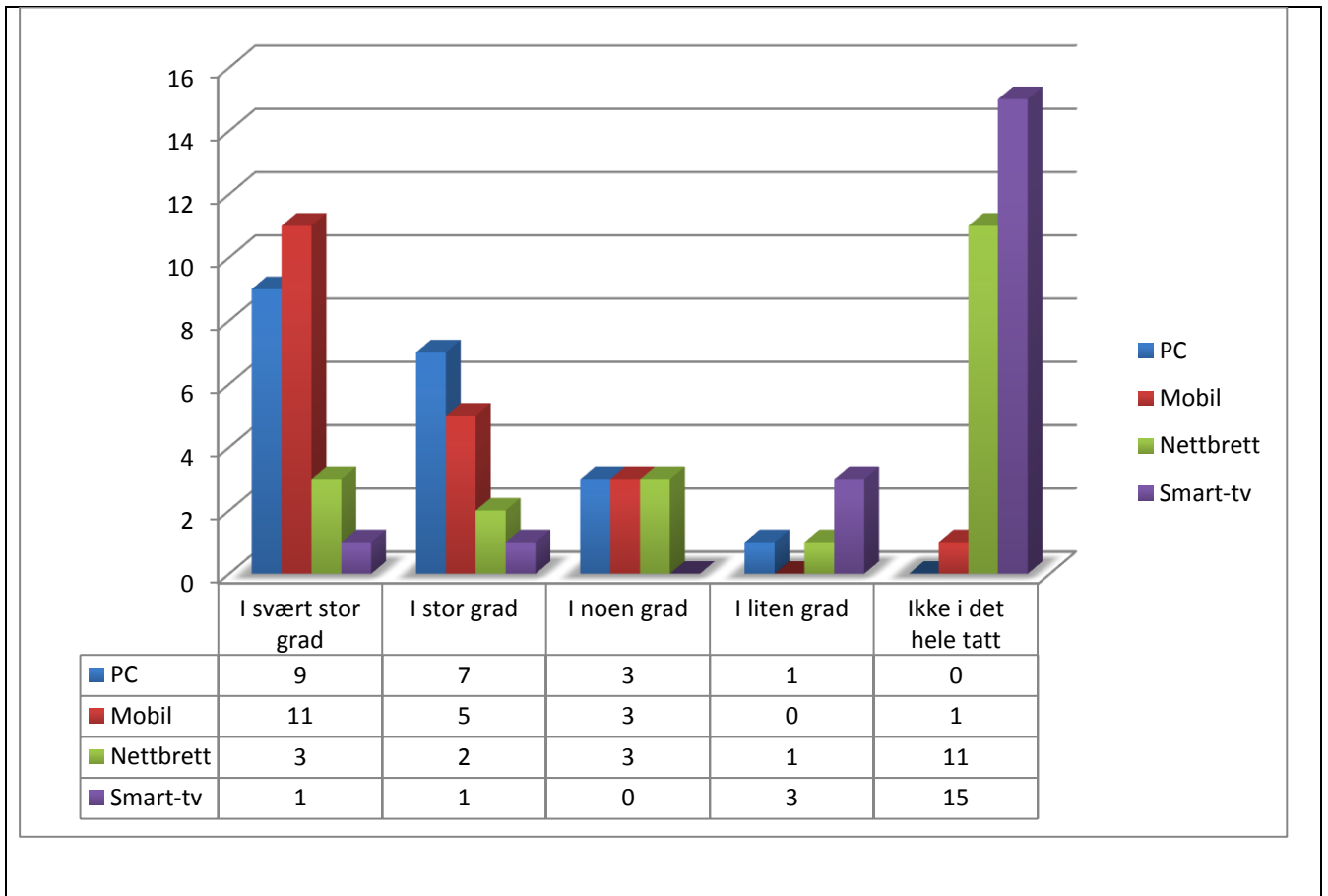
Som vi ser av disse resultatene benytter alle respondentene seg av YouTube, og alle unntatt én benytter seg av Facebook. Cirka 59 % av respondentene benytter seg av bildedelingstjenesten Instagram, mens i overkant av 51 % bruker Twitter. Ellers ser vi at jentene er overrepresentert når det gjelder bruk av tjenesten WeHeartIt.

I tillegg kom det fram på alternativet ”andre”, at for noen førte opp at de benyttet for eksempel blogg, Skype og Snapchat. Siden disse og et par andre sosiale medier ikke var ført opp som egne alternativ på spørreskjemaet, velger jeg å se bort å fra svarerne jeg fikk på ”andre” alternativet da jeg anser validiteten og reliabiliteten til å være lite tilfredsstillende.

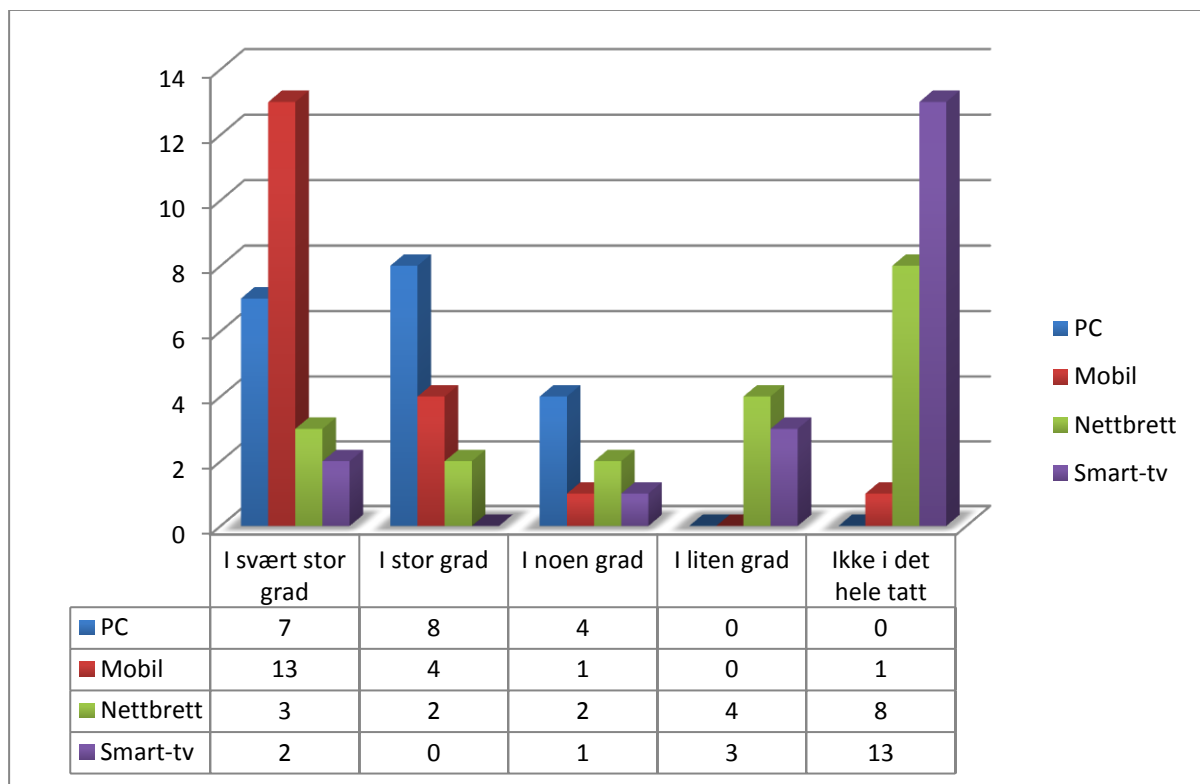
Under følger en oversikt over resultatene om i hvilken grad respondentene bruker ulike medium når de benytter seg av sosiale medier:



Figur 10: I hvor stor grad respondentene samlet sett benytter seg av ulike medium når de benytter sosiale medier



Figur 11: I hvor stor grad menn benytter seg av ulike medium når de benytter sosiale medier



Figur 12: I hvor stor grad kvinner benytter seg av ulike medium når de benytter sosiale medier

Som vi kan se av resultatene, er det ikke overraskende PC og mobil som dominerer som plattformer når respondentene benytter seg av sosiale medier. Nettbrett blir noe brukt, men som vi ser bruker nesten 50 % ikke nettbrett i det hele tatt. Smart-tv blir benyttet i liten grad eller ikke i det hele tatt av de fleste av respondentene.

På spørsmålet om man har en Twitterkonto ble svarene som følger:

Tabell 2: Har respondentene Twitterkonto eller ikke?

	Menn	Kvinner	Samlet
Ja	10	9	19
Nei	10	10	20

Her ser vi at det er omtrent halvparten av respondentene som har en Twitterkonto. Nærmere bestemt nesten 49 %. Kjønnsmessig er det knapt noen forskjell å snakke om.

Når det gjelder hvem de som har en Twitterkonto følger på Twitter fikk jeg følgende resultater:

Tabell 3: Hvem følger respondentene på Twitter?

Musikere	8
Politikere	2
Bloggere	11
Fotballspillere	6
Andre sportsfolk	6
Venner	18

Journalister	0
Organisasjoner	1
Humor/parodi kontoer	11

I tillegg var YouTube, gamere, Politiet og andre kjendiser ført opp av en respondent under alternativet annet. Skuespillere hadde to respondenter ført opp.

På spørsmålet om hva respondentene bruker Twitter til fikk jeg følgende funn:

Tabell 4: Hva bruker respondentene Twitter til?

Lese andres meninger	15
Kommentere nyhetssaker	1
Markere standpunkt i viktige saker	2
Politisk arbeid	1
Diskutere fotball	0
Deling av diverse	9
Humor/parodi kontoer	16
Generelle ytringer	6
Informasjonsinnsamling	5

Under alternativet annet var det en respondent som hadde ført opp funfacts, og en som oppga YouTube-oppdateringer. Det vi kan trekke ut i fra disse resultatene er at de fleste respondentene i hovedsak bruker Twitter til å lese andres meninger, og til å følge såkalte humor/parodi-kontoer. Jeg finner det en smule oppsiktsvekkende at bare 6 av 20 respondenter med Twitterkonto, bruker kontoen sin til generelle ytringer. Sett i ettertid burde

kanskje spørreskjemaet hatt et spørsmål om hvor aktivt de med en Twitterkonto faktisk bruker kontoen sin. Dette kunne ha vært med på å illustrere bruken enda bedre. Hvorvidt respondentene er aktive eller stort sett bare passive brukere hadde vært interessant å få noen tall på, spesielt med tanke på at Twitter har 500 millioner brukere, hvor ”bare” 200 millioner av brukerne regnes som aktive brukere (Smith, 2013).

Resultatene for i hvilken grad følger du Twitrere på følgende språk ser ut som følger:

Tabell 5: I hvilken grad følger respondentene Twitrere på ulike språk?

Språk	I svært stor grad	I stor grad	I noen grad	I liten grad	Ikke i det hele tatt
Norsk	8	6	0	2	1
Engelsk	8	5	3	0	1
Annet	1 (polsk)			2	14

3 av respondentene hadde ikke svart på dette spørsmålet. Dette skyldes muligens at dette spørsmålet kom på ett nytt, og siste ark på spørreundersøkelsen. Derfor er det til sammen bare 17 gyldige respondenter på dette spørsmålet. De to respondentene som har krysset av på i liten grad på muligheten ”annet”, har ikke spesifisert noen språk. Med tanke på elevenes egen språklæring er det en gledelig tendens ved disse resultatene at majoriteten av respondentene følger både norsk og engelskspråklige Twitrere i svært stor eller stor grad. Som språklærer kan man for eksempel tipse elevene om hvem eller hva som kan være gunstig å følge på Twitter for å bedre sin egen kompetanse i engelsk eller andre fremmedspråk.

4.1 Svar på de åpne spørsmålene i spørreundersøkelsen

La oss nå ta en nærmere titt på svarene til respondentene på de åpne spørsmålene ”Hvordan er det mulig å bruke sosiale medier i undervisningen? Forslag til aktiviteter” og ”Hvordan er det mulig å bruke Twitter i engelskundervisningen? Forslag til aktiviteter?”. På langt nær alle respondentene hadde kommet opp med noen svar eller forslag på disse spørsmålene.

Grunnene til dette kan være mange. For det første er det ikke sikkert at alle respondentene, som var tiendeklassinger ved en ungdomsskole i Hedmark, har forutsetninger nok til å kunne besvare spørsmålene. Det kan også tenkes at noen av respondentene følte at det kunne bli snaut med tid til å tenke seg om og besvare de åpne spørsmålene. Dette ble forsøkt unngått ved at alle respondentene fikk bruke den tiden de trengte, og ble spurt om de følte seg ferdige med å besvare undersøkelsen før jeg samlet inn svarene. Undersøkelsen tok omtrent ti minutter i begge klassene den ble utført i. La oss se nærmere på de få svarene jeg fikk.

4.1.1 Resultater på åpent spørsmål: “Hvordan det er mulig å bruke sosiale medier i undervisningen? Forslag til aktiviteter?”

Det første åpne spørsmålet om hvordan det er mulig å bruke sosiale medier i undervisningen, og forslag til aktiviteter hadde alle respondentene mulighet til å svare på. Dette er svarene jeg fikk:

- *Se på YouTube filmer*
- *Se på YouTube filmer (lærerrike filmer)*
- *Lage en gruppe på face*
- *Vi kan bruke nettsider som er tilknyttet il lærebøkene. Vi kan også lage powerpoint*
- *Lage arrangementer, grupper osv. som du gjør noe spennende innenfor norsk eller noe. Samarbeid uten mye bråk*
- *Kanskje man kunne spurt læreren om hjelp på en gruppe for faget på Facebook når man satt hjemme? Facebook og It's learning har mange av de samme funksjonene*
- *Skoleblogg for klassen der man kan følge med*
- *Stalke Justin Bieber*
- *Jeg syntes skolen kunne få en Twitter-account. Politiet har en account der de oppdaterer om ulykker og andre ting før det kommer på nyhetene på samme måte kunne hvert fag hatt en account der læreren legger ut ting som er relevant for faget*
- *Dataspillet Call of Duty*
- *Tror ikke det er mulig*

Vi kan se at en del av forslagene omhandler det å opprette en gruppe eller konto på de sosiale mediene Facebook eller Twitter. Bruk av dataspill, som for eksempel Call of Duty, er noe som blir mer og mer tatt i bruk i undervisning i dagens skole, men vi skal holde fokus på sosiale medier i denne oppgaven. Ellers legger jeg merke til at en av respondentene ikke tror

det er mulig å benytte sosiale medier i undervisning. Som jeg skal komme tilbake til senere i denne oppgaven, er dette ikke bare mulig men noe man bør etterstrebe. Men det er en interessant observasjon at elever er av den oppfatning at dette ikke er mulig. Som vi ser er det grupper og blogger samt bruk av Youtube-filmer som elevene i hovedsak foreslår. Mer konkrete aktiviteter er det ingen som foreslår. Dette er kanskje heller ikke å forvente av tiendeklassinger som uforberedte deltakere til denne spørreundersøkelsen.

4.1.2 Resultater på åpent spørsmål: “Hvordan er det mulig å bruke Twitter i engelskundervisningen? Forslag til aktiviteter?”

På det åpne spørsmålet ”Hvordan er det mulig å bruke Twitter i engelskundervisningen? Forslag til aktiviteter?”, var det kun de respondentene som svarte ja på spørsmålet om de hadde en Twitterkonto som hadde muligheten til å besvare. Dette utgjorde til sammen nitten respondenter. Kun fire av disse benyttet muligheten til å besvare det åpne spørsmålet. Svarene jeg fikk var som følger:

- *Lese tweeter fra engelske folk*
- *Man kan få en Twitter account der læreren kan legge ut regler for eksempel for was og were sånn at elevene får litt læring i internetbruken. Ting ville også bli mer presist p.g.a 140 tegngrensen*
- *Lese Justin Bieber sine tweets*
- *Nei, det vil ødelegge Twitter*

En interessant observasjon er at en elev påpeker at ”ting ville også bli mer presist p.g.a 140 tegngrensen”. Som tidligere nevnt er det en 140-tegns grense for tweets på Twitter. Dette skaper selvsagt både muligheter og begrensinger ved bruk av Twitter i undervisningen. Ellers er det også verdt å merke seg at en respondent mener at det vil ødelegge Twitter, ved å bruke dette mediet i undervisning. Som lærer som ønsker å benytte Twitter eller andre sosiale medier i undervisningen, er dette viktig å være klar over. Eventuell bruk i undervisningsøyemed må skje på en slik måte at elevene ikke føler det invaderer deres naturlige bruksvaner.

5. Validiteten og reliabiliteten til den kvantitative undersøkelsen

Med validitet menes hvor godt man har målt det man har til hensikt å måle (Gripsrud, Olsson og Silkoset, 2004, s. 72). Jeg hadde til hensikt å kartlegge elevers bruk av sosiale medier, og spesielt Twitter. Reliabiliteten vil si i hvilken utstrekning man kan stole på at resultatene er pålitelige (Gripsrud, Olsson og Silkoset, 2004, s. 72). Ville man oppnådd de samme resultatene om man gjentok undersøkelsen?

Jevnt over føler jeg at jeg fikk kartlagt det jeg ønsket, og vil derfor vurdere validiteten av undersøkelsen til forholdsvis god. Det samme vil jeg si om reliabiliteten. Jeg er av den oppfatning at dersom noen andre hadde utført den samme undersøkelsen som meg, ville de fått noenlunde samme resultater. Det har vist seg vanskelig å finne noe statistikk på hvor mange norske elever i ungdomsskolealder som er Twitterbrukere, ettersom man ikke trenger å oppgi alder og nasjonalitet ved opprettelse av en Twitterkonto. Men det faktum at rundt elleve prosent av Norges befolkning er representert på Twitter, og at flere og flere unge strømmer til tjenesten (Fossbakken, 2012), gjør at jeg vil vurdere mine resultater som viser at drøye femten prosent av respondentene benytter Twitter, som rimelig valide. Selvsagt er utvalget lite og begrenset, men jeg er av den oppfatning at jeg klarte å kartlegge de unges vaner rundt bruk av sosiale medier på en tilfredsstillende måte.

6. Drøfting

Som nevnt i innledningen av denne bacheloroppgaven er dagens unge de første digitalt innfødte (Bjørkeng, 2011, s. 25). Ola Erstad, førsteamanuensis ved Pedagogisk forskningsinstitutt ved Universitetet i Oslo, hevder at:

... før eller siden vil de unges posisjon som navigatører i mediekulturen få større gjennomslag i skolen fordi skolens tradisjonelle kontroll om informasjonsformidlingen blir mer og mer absurd i informasjonssamfunnet. Det som da blir sentralt, er å definere en pedagogisk tenkning som utfordrer vår erkjennelse og de premisser vi lever under i informasjonssamfunnet. (Erstad, 2007, s. 216-217)

Det er vanskelig å være uenig i. Siden sosiale medier har en sentral plass i hverdagen til et flertall av de unge i dag, har også disse sosiale mediene gjort sitt inntog i skolen (Bjørkeng, 2011, s. 25). La oss se nærmere på noen årsaker til at man bør omfavne bruk av sosiale medier i skolen, i stedet for å forby disse.

6.1 Hvorfor bruke sosiale medier i undervisningen

6.1.1 Samfunnet har endret seg

Arne Krokan, forfatter av boken *Smart læring – Hvordan IKT og sosiale medier endrer læring* har et godt poeng når han sier at:

Den norske skolen ble formet samtidig med utviklingen av industrisamfunnet. Målet var i stor grad å utdanne industriarbeidere samt å sortere ut dem som skulle bli framtidens samfunnsutviklere og støttespillere, blant annet ved at de tok høyere utdanning. Industrisamfunnets røtter og tilgjengelige teknologier preger også måten skolen er organisert på i dag. (2012, s. 35-36)

Det faktum at samfunnet har endret seg, og fortsatt er i konstant utvikling og endring, gjør at det er viktig å rette fokuset på *hvordan* man lærer i dagens samfunn, og *hva* som skaper god læring. Vi lever i dag i et digitalt nettsamfunn, noe som betyr at vi arbeider på andre måter enn før. Nye teknologier og tjenester er i bruk, og man må være åpen for nye aktører og nye samarbeidsformer. Dette gjelder både ute i arbeidslivet og i skolesammenheng (Krokan, 2012, s. 36). Skolens rolle presiseres i læreplanens generelle del, hvor det heter seg at:

Opplæringen skal gi elever og lærlinger innsyn i variasjonen og bredden i vårt arbeidsliv og formidle kunnskaper og ferdigheter for aktiv deltakelse i det. I deler av arbeidslivet beror innsatsen i særlig grad

på medmenneskelig innsikt og omsorg, i andre deler er bruken av ulike teknologiske hjelpemidler avgjørende. (Utdanningsdirektoratet, 2011)

Med bakgrunn i dette sitatet er det ingen tvil om at sosiale medier bør ha en plass i undervisningen i dagens skole.

Fra folkeskolen ble innført fram til i dag har samfunnet gjennomgått en omfattende individualiseringsprosess. Dagens unge har vært i gjennom det Thomas Ziehe referer til som kulturell frisetting (Krokan, 2012, s. 28). Dette er også en faktor å ta hensyn til som lærer i dagens skole.

6.1.2 Nye måter å lære på

Det digitale nettsamfunnet påvirker dagens unge på andre måter enn det bøker og lineære tekster gjorde. De digitalt innfødte innfødtes hjerner er forskjellige fra de boklærdes hjerner, både på godt og vondt (Krokan, 2012, s. 186). Tradisjonelt har skolen vært bygd opp rundt to typer formidlingsteknologier. Den ene er øyeblikkets personlige formidling gjennom lærernes undervisnings- og veiledningspraksis. Den andre er den skriftbaserte kulturens formidling gjennom lærebøker, og gjennom opplæring i bruk av skriftbaserte medier som bøker, arbeidshefter, kladdebøker og lignende. I følge Krokan (2012, s. 69) har dette vært begrensede teknologier som har hatt som konsekvens at bare den kunnskap som fantes i bøkene eller som læreren var i besittelse av, ble formidlet.

Sosiale medier skaper og formidler nye typer ressurser og læreprosesser bygd på tilgang til all verdens kunnskap samt muligheter for å samarbeide på nye måter. Dagens skole har lite erfaring å benytte den nye infrastrukturen for sosiale samhandling, kommunikasjon og læring som finner sted utenom den formelle opplæringen som skolen er representant for. Ved å benytte sosiale medier i skolen vil man skape nye læringsressurser og nye samhandlings- og kommunikasjonsprosesser (Krokan, 2012, s. 69-70).

Ovenfor stilte jeg spørsmålet: *Hva skaper god læring?* Dette er selvfølgelig umulig å gi et klart og komplett svar på. Men etter å ha utført den mest omfattende studien av læreprosesser og grunnlag for læring svarte John Hattie at det aller beste var å *la elevene være sine egne lærere* (Krokan, 2012, s. 30). Sosiale medier gir denne muligheten. Man når nye og gamle kunnskapskilder, og samhandler på andre måter enn tidligere. Man innfører nettverk og åpenhet som arenaer for læring. Kollektiv undervisning er hovedaktiviteten i dagens skole.

Sosiale medier åpner muligheten for individuell eller sosial læring. Dermed passer de også godt inn i både Piaget sin tankegang om at barn individuelt bygger opp kunnskap for seg selv, og hos Vygotskij som hevder at kunnskap har sitt opphav i meningsfylt handling og blir formet av språket (Manger, Lillejord, Nordahl & Helland, 2009). Videre innfører sosiale medier nettverk og åpenhet som arenaer for læring. Eksempelvis kan man stille et spørsmål på Twitter, og en bruker som er kompetent og har tid, kan svare. Dette er en åpen arbeidsprosess, og en kraft som langsomt fører oss fra *lukkede klasserom* til *åpne nettverk*. Når dagens elever får mulighetene til å lære på andre måter enn tidligere på grunn av alle læringsressurser tilgjengelig på nett, fører dette til at vi går fra å bruke *knappe og lukkede læringsressurser* til *en overflod av åpne og tilgjengelige ressurser* (Krokan, 2012, s. 64-65).

Grovt sett kan man si at man operer med tre hovedtyper forklaringsmodeller på hvordan vi lærer. Den ene typer er *atferdsteoretiske* modeller der man studerer hva som er betingelsene for at vi skal endre atferd. Den andre typen er de *kognitive* læringsteoriene der det legges vekt på sammenhenger og forståelse. Den siste typen er de *konstruktivistiske* teoriene som legger vekt på prosessene som fører til forståelse (Krokan, 2012, s. 119). Alle disse perspektivene gir rom for ulike pedagogiske praksiser og didaktiske opplegg støttet av ulike teknologier. Men teknologiene og de digitale tjenestene inngår ikke i selve læringsteorien. Det er her *konnektivismen* kommer inn i bildet (Krokan, 2012, s. 135). Konnektivismen er en teori om læring i nettverk der individet står i sentrum. Individuer og andre typer ressurser i nettverkene er noder, og læring finner sted når vi oppdager ressurser og knytter forbindelsene mellom de ulike ressursene i nettverket. Konnektivismens sentrale mål er å etablere egne personlige læringsnettverk, å finne aktuelle ressurser og å integrere disse i ens læringsnettverk. Ressursene kan være ulike typer ”peers”, som for eksempel lærer, eksperter, nettbaserte ressurser og andre digitale tjenester (Krokan, 2012, s. 130).

Dette samsvarer godt med det Mark Treadwell sier om at vi står ovenfor det andre store paradigmeskiftet innenfor læring. Han mener at vi nå er vitne til at fokuset på læring nå beveger seg bort fra en ovenfra og ned, tekstfokusert modell, til en mer samarbeids- og internetbasert modell som utnytter alle medieformer med en utforskende og konseptbasert læringstilnærming. I tillegg er denne nye måten å lære på mye mer kosteffektiv, og tillater et fullstendig skifte i måten vi lærer på (Nasjonal konferanse om bruk av IKT i utdanning og læring, 2013, egen oversettelse). Såkalt ”flip teaching”, eller det ”omvendte” klasserommet på norsk, er her et godt eksempel.

Sosiale medier tilrettelegger for konnektivismens læringsmodell på grunn av måten de synliggjør ressurser, kobler dem sammen i nettverk og gjør det mulig å formidle informasjon og kunnskap på ulike formater (Krokan, 2012, s. 136).

6.1.3 Det sosiale aspektet

Lenge før Facebook, Twitter og dagens andre populære sosiale medier har internett i seg selv vært preget av folks behov for å kommunisere og være sosiale (Aalen, 2013, s. 16). De sosiale mediene dekker i dag gamle behov på nye måter. Forskning viser at den viktigste motivasjon for det desidert mest populære sosiale mediet, Facebook, er på grunn av det sosiale. I følge Ida Aalen, medieviter, har bloggere gjerne et behov for å uttrykke seg. Men de har også mer sosiale behov for å finne fellesskap med andre. Dette gjelder ikke bare de mer personlige bloggerne, men også for eksempel politiske bloggere som forteller at de er motivert av mer personlige behov som å formulere tankene sine og ”lette på trykket”. Etter hvert gjør oppmerksomhet fra lesere at man også opplevde en mer ytre motivasjon for bloggingen, som eksempelvis å kunne føle at man påvirket samfunnet og den offentlige debatten (2013, s. 36-37).

Ut i fra kartleggingsundersøkelsen omtalt tidligere i denne oppgaven kunne vi se at mobil etterfulgt av PC, var i svært stor eller stor grad det foretrukne medium når respondentene benytter seg av sosiale medier. I følge medieviter Aalen (2013) henger kommunikasjonsmiddelet folk velger sammen med en rekke faktorer. Et viktig poeng for å forstå hvordan bruken av ulike kommunikasjonskanaler blir utbredt, er å anerkjenne ulike kommunikasjonsbehov. Nedgangen i bruk av SMS og e-post henger sammen med at bruken av Facebook i samme periode har gått opp. Decker to ulike kommunikasjonsmedier samme behov, vil det som gjør det på en bedre måte øke i bruk. Valget av kommunikasjonsmiddel påvirkes av hva som ønskes å kommuniseres, hvem som skal kontaktes og ønsket responstid (2013, s. 37).

Aalen (2013) sier videre følgende:

Forskning tyder på at viktige egenskaper i valg av kommunikasjonsmiddel er hvorvidt det er mer eller mindre

- *offentlig*, som en blogg eller en Twitter-oppdatering, eller *privat*, som et brev, en e-post eller Facebook-melding.

- *synkront*, slik som telefon og chat, eller *asynkront*, slik som e-post. Dette påvirker også hvor oppmerksomhetskrevende kommunikasjonsmiddelet er, og om man kan multitaske.
- *mer avhengig av hensikt og dermed mer formelt*, slik som brev og e-post, eller *mer tilfeldig og dermed mer uformelt*, slik som chat og Skype, ettersom man kan logge seg på og tilfeldigvis se hvem som er logget på.
- *muntlig*, slik som telefon. Skype og ansikt-til-ansikt, eller *skriftlig*, slik som chat og e-post.
- karakterisert av at kommunikasjonen når mottakeren *umiddelbart*, slik som ved et anrop, eller først *når den sjekkes*, noe som pleide å gjelde e-post, Facebook-meldinger og lignede, men som nå blir stadig sjeldnere på grunn av smarttelefonenes varslingssystemer. (s. 37-38)

Med tanke på dette er det ikke videre merkverdig at mobiltelefonen er de unges foretrukne kommunikasjonsmiddel for sosiale medier. Twitter er tilnærmet skreddersydd for bruk på mobil. Dette kan og bør utnyttes av lærere i dagens skole.

6.1.4 Terskelen for deltagelse i diskusjon og debatt er lavere

De sosiale mediene senker terskelen for å delta i diskusjon og debatt (Aalen, 2013, s 135). Dette er godt argument for å integrere bruk av sosiale medier i undervisningen. På denne måten kan det være enklere for en lærer å få inkludert flere elever til å delta i diskusjoner og debatt. Her er Twitter et meget godt egnet medium. Grensen på 140 tegn vil også bidra til at elevene lærer å argumentere og debattere med korte og presise innlegg.

6.1.5 Muligheter for å utnytte elevenes vaner og mobilbruk

Kartleggingsundersøkelsen rundt bruk av sosiale medier som er omtalt tidligere i denne bacheloroppgaven viste at det er PC og mobil som de unge benytter i klart størst grad når de benytter seg av sosiale medier. Ved bruk av sosiale medier i undervisningen, kan det dermed argumenteres for at PC og mobil er de foretrukne plattformene for å nå best mulig frem til elevene. Mobilen har de fleste på seg til omtrent enhver tid, og dermed er det lettere å nå frem til elevene nær sagt når som helst. Varsler kan man også få til å poppe opp på mobilen ved bruk av ulike sosiale medier. Terskelen for å benytte de sosiale mediene i undervisningsøyemed er også lavere ved bruk av spesielt mobil vil jeg hevde, nettopp på grunn av at mobilen stort sett alltid er i nærheten av de fleste elevene. Det verdt å nevne at erfaringsmessig går det altfor mye tid til å hente og levere datamaskiner på mange skoler i dag. Tid er en viktig rammefaktor, derfor er dette også et argument for å utnytte mobilen sitt potensiale i klasserommet. De fleste elever på alle trinn og lærere har mobiltelefon (ofte smarttelefoner) i dagens norske skole (Halland, 2004, s. 95).

6.1.6 Motivasjon og sosiale medier

Krokan hevder at om man:

... studerer enn hvordan barn og unge lærer nye ting, vil en finne at nye digitale tjenester er svært viktige. De lærer å spille instrumenter ved å se instruksjonsvideoer på YouTube, de lærer å samhandle gjennom dataspill og å kommunisere og delte i den offentlige sfære gjennom blogger og andre sosiale medier. De lærer å arbeide smartere gjennom å dele, gjennom større åpenhet og gjennom å bygge mer effektive nettverk, både som personlige læringsnettverk og mer allment i form av sosiale nettverk. (2012, s. 187-88)

Det som særpreger denne læringen, er at den ofte er indremotivert snarere enn ytremotivert. Jeg er overbevist om at motivasjonen til mange elever også kan øke ved å benytte disse i undervisningen, fordi læring da kan skje både bevisst og ubevisst.

6.2 Hvorfor bruke Twitter i undervisningen

Med bakgrunn i hvorfor jeg er av den oppfatning at man bør benytte og utnytte de mulighetene sosiale medier gir i forhold til å oppnå best mulig læring for elever i skolen, vil jeg i dette delkapitlet komme med noen argumenter for hvorfor det sosiale mediet Twitter er særlig godt egnet til formålet.

6.2.1 Enkelt å prøve

At et sosiale medium er enkelt å prøve, hjelper spredningen (Aalen, 2013, s. 24). Twitter er særdeles enkelt i så måte. Det eneste man trenger å gjøre for å komme i gang er å opprette et brukernavn og passord sammen med en epostadresse. Terskelen for å hjelpe elever med å opprette Twitter-kontoer i klasserommet er derfor også meget lav. Vi så av kartleggingsundersøkelsen omtalt tidligere at omtrent halvparten av elevene hadde en Twitterkonto per i dag. Spredningspotensialet er derfor stort. Man kan også la elevene lære av hverandre i god Vygotskjiånd.

6.2.2 Språklig utvikling

Henning Fjørtoft, som utdanner norsklærere ved NTNU Trondheim, oppmuntrer i radioprogrammet Språkteigen til bruk av Twitter i undervisningen. I følge Fjørtoft kan Twitter ha mange fordeler. Det kan for eksempel føre til at elever prøver nye fraser og

setningskonstruksjoner. Man kan imitere og lære av andre. Her er forfatteren Frode Grytten et godt eksempel. Andre fordeler med Twitter er at mediet inviterer til respons og kommentar. På grunn av begrensningen på 140 tegn utvikler man også kreativiteten til elevene, som også blir flinkere til å være med presise. Det faktum at man publiserer åpent på nett er også med på å ansvarliggjøre elevene både språkmessig og meningsmessig (Jones, 2012).

6.2.3 Passer ypperlig med tanke på konnektivismen

Twitter passer som hånd i hanske med tanke på den nye måten å lære på, konnektivismen. Hattie fant i studien om hvilke faktorer som skaper effektiv læring at å ta utgangspunkt i hva elevene kan fra før, å sørge for en god og tillitsfull relasjon mellom partene, og at den som skal lære selv forstår hva han eller hun kan, og hva han eller hun trenger å lære var blant de viktigste faktorene. I det digitale nettsamfunnet Twitter kan man etablere dette gjennom personlige læringsnettverk (Krokan, 2012, s.92).

6.2.4 Utnyttelse av Twitter sine spesifikke funksjoner

Tidligere i denne oppgaven har Twitter sine spesifikke funksjoner blitt omtalt. Å benytte en spesiell hashtag for en bestemt klasse gir for eksempel muligheten til å finne igjen meldinger fra denne klassen. I tillegg kan enn skaffe seg kunnskap om ønskede temaer ved å søke på ulike hashtags. Man kan også lage egne lister eller grupper med folk, altså danne et eget lite nettverk innad i Twitter. Også dette er en ypperlig mulighet for en klasse å utnytte. Man velger selv hvem man ønsker å følge, og den som blir fulgt trenger ikke godkjenne dette. Dette gir større muligheter enn for eksempel Facebook, hvor man må være venner med de man får opp i nyhetsstrømmen sin. Her har Twitter en stor fordel. Man kan følge hvem man vil, og alt fra presidenter og paver til journalister, kjendiser, idrettsutøvere og Hvermannen er å finne på Twitter. I følge Arne Krokan brukes Twitter ofte i læresituasjoner, og til å skaffe seg kunnskap om ønskede temaer. Ved å følge aktuelle fagfolk som bruker Twitter, kan en få tilgang til nettbaserte ressurser som en ellers ikke ville fått (2012, s. 80).

6.2.5 Kan fungere som inspirasjon

Twitter har tiltrukket seg forfattere som bruker plattformen til å skrive og publisere korte tekster. Slik blir Twitter en litterær plattform, hvor såkalt Twitter-fiksjon blir en type fiksjonstekst som er tilpasset det bestemte formatet (Rustad, 2012, s. 92). I Norge er den

etablerte forfatteren Frode Grytten verdt å trekke fram på grunn av måten han bruker Twitter til å skape skjønnlitteratur. Daglig publiserer han korte prosatekster på nynorsk i sin helt egne spesielle stil. Tweetsene har til felles at de har en eller få hovedpersoner. Alder på hovedpersonene er oppgitt, men de er navnløse. De er allmenngjorte karakterer, og blir referert til som for eksempel ”mann”, ”fransk par”, ”litauisk trailersjåfør”, ”familiefar” etc. (Rustad, 2012, s. 93). Noen av mine personlige favoritter fra Grytten kan man se på figur 13:



Figur 13: Eksempler på tweets fra Frode Grytten

(Twitter, 2013)

For elever kan denne stilen benyttes som inspirasjon og motivasjon til å lage sine egne tweets både på nynorsk eller andre språk. I undervisningen av fremmedspråk bør det være ypperlig for elever å benytte Twitter til å produsere noe skriftlig. 140 tegns grensen er sannsynligvis med på å ufarliggjøre og minske terskelen for å produsere noe skriftlig på et språk man kanskje ikke føler man behersker særlig godt.

6.3 Farer ved sosiale medier

Skal man benytte sosiale medier i undervisningen er det også viktig å lære elevene om noen av farene ved sosiale medier, nettvett og generell oppførsel på sosiale medier. Digital mobbing, også kalt nettmobbing, er et økende problem (Bjørkeng, 2011, s. 114). Holdningsskapende arbeid på skolen mot nettmobbing, og mer tradisjonell mobbing, er viktig. Skole-hjem samarbeid er også hensiktsmessig i forhold til dette. Å lære elevene

nettvett i samarbeid med hjemmet er også viktig. Man kan for eksempel møte falske profiler på sosiale medier. Det er liten tvil om at kunnskap om nettvett, oppførsel på sosiale medier og også kildekritikk er viktige ting å lære dagens unge om i dagens samfunn. Dessverre har jeg ikke mulighet til å gå dypere inn i dette temaet i denne oppgaven. Hovedpoenget mitt er at man bør benytte sosiale medier i undervisningen, men da må man også huske på å lære elevene om farene og utfordringene man også kan komme til å møte i den forbindelse.

7. Oppsummering

Jeg har i denne bacheloroppgaven ved hjelp av kvantitativ metode spørreskjema kartlagt de unges vaner rundt bruk av sosiale medier. Ikke overraskende er Facebook det ledende sosiale mediet sammen med YouTube. Det var spennende å se at drøye 51 prosent av respondentene var Twitterbrukere, mot 11 prosent på landsbasis. Det viser at de unge er tidlig ute med å ta i bruk nye sosiale medier. Videre fant jeg ut at mobil og PC klart er de medium de unge benytter seg av mest ved bruk av sosiale medier. At mobil i større grad enn PC blir benyttet, kan henge sammen med at de sosiale mediene er tilpasset til bruk ved hjelp av smart-telefon, noe de fleste unge i dag er i besittelse av. Dette bør absolutt kunne utnyttes på en bedre og mer hensiktsmessig måte i dagens skole, hvor undertegnede selv har erfart hvor mye verdifull tid, som kunne vært brukt til mer læring, går med til å hente og levere datamaskiner. At nettbrett og smart-tv ikke blir benyttet i noen nevneverdig grad kan henge sammen med at denne teknologien ikke har kommet så langt i spredningen med tanke på diffusjonsteorien enda. Dette kan nok endre seg i fremtiden. Det er for eksempel ikke usannsynlig at nettbrett vil ta over mer og mer for PC.

Det er ingen tvil om at de sosiale mediene utgjør en stor del av de unges hverdag, og at de er kommet for å bli. Som jeg har argumentert for tidligere i denne oppgaven, bør man forsøke å omfavne bruken av disse, i stedet for å forby dem. Samfunnet er i konstant endring, og dagens unge har behov for å lære andre ting enn tidligere. Måten å lære på har også endret seg. Konnektivismen og det sosiale aspektet står for eksempel mye mer sentralt. Ved å utnytte elevenes vaner og bruk rundt sosiale medier, kan man sørge for økt læring. Man må bare vise elevene hvordan. Her er det sosiale mediet Twitter særlig godt egnet. Det er blant annet enkelt å prøve, fører til språklig utvikling, passer ypperlig med tanke på konnektivismen, har spesifikke funksjoner man kan utnytte i læringsøyemed og kan inspirere og motivere elever til økt læring.

Litteraturliste

Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.

Anderson, T. (Produsent). (2013). *The Innovator*. *60 Minutes*. New York City: CBS News. Lokalisert på <http://www.cbsnews.com/video/watch/?id=50143017n>

Aspeflaten, H. (2013.) Statistikk sosiale medier 2013. *Metronet.no*. Lokalisert på <http://www.metronet.no/statistikk-sosiale-medier-2013/>

Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet . (2011). *Digitalt medborgerskap*. (Norges offentlige utredninger [NOU] 2011:20). Lokalisert på <http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/nouer/2011/nou-2011-20/8/1/1.html?id=668826>

Bjørkeng, P.K. (2011). *Nettkidsa – Barnas digitale hverdag*. Oslo: Cappelen Damm.

Christoffersen, L., & Johannesen, A. (2012). *Forskningsmetode for lærerutdanningene*. Oslo: Abstrakt Forlag.

Erstad, O. (2007). Mestring og dømmekraft i informasjonssamfunnet. Vettenranta, S (Red.), *Mediedanning og mediepedagogikk – Fra digital begeistring til kritisk dømmekraft*. (1.utg., s. 197-217). Oslo: Gyldendal Akademisk.

Fossbakken, E. (2012). Rekord for Twitter i Norge. *Kampanje.com*. Lokalisert på <http://www.kampanje.com/medier/article6039802.ece>

Furu, N. (2011). *Fra triggerord til hashtag – Kommunikasjon i digitale og sosiale medier*. Kristiansand: Høyskoleforlaget – Norwegian Academic Press.

Gripsrud, G., Olsson, U. H. & Silkoset, R. (2004). *Metode og dataanalyse – med fokus på beslutninger i bedrifter*. Kristiansand: Høyskoleforlaget – Norwegian Academic Press.

Halland, Geir.O. (2004). *Læring gjennom stimulerende samspill – Veiledning, vurdering og ledelse*. Bergen: Fagbokforlaget.

Hashtags.no. (2013, 16. april). Mest populært i dag. *Hashtags.no*. Lokalisert på <http://hashtags.no/>

Jones, A. (reporter). (2012). Twitter til hverdag og undervisning, *Språkteigen*. Oslo: Norsk Rikskringkasting. Lokalisert på <http://www.nrk.no/skole/klippdetalj?topic=nrk:klipp/851594>

Krokan, A. (2012). *Smart læring – Hvordan IKT og sosiale medier endrer læring*. Bergen: Fagbokforlaget.

Manger, T., Lillejord, S., Nordahl, T., & Helland, T. (2009). *Livet i skolen 1 – Grunnbok i pedagogikk og elevkunnskap*. Bergen: Fagbokforlaget.

Nasjonal konferanse om bruk av IKT i undervisning og læring. (2013). *The second paradigm shift in learning*. Lokalisert på <http://www.nkul.no/plenum#plenum-6>

Ottervig, V. (2012, 12. April). Ble reddet via Twitter. *Teknofil.no*. Lokalisert på <http://www.teknofil.no/artikler/ble-reddet-via-twitter/108320>

Rustad, H.K. (2012). *Digital litteratur – En innføring*. Oslo: Cappelen Damm.

Smith, C. (2013). (May 2013) How many people use the top social media, apps & services?. *Expandedramblings.com*. Lokalisert på <http://expandedramblings.com/index.php/resource-how-many-people-use-the-top-social-media/>

Sosiale medier. (2013). I *Wikipedia*. Lokalisert 17. April 2013, på http://no.wikipedia.org/wiki/Sosiale_medier

Tsukayama, H. (2013, 21. Mars). Twitter turns 7: Users send over 400 million tweets per day. *The Washington Post*. Lokalisert på http://articles.washingtonpost.com/2013-03-21/business/37889387_1_tweets-jack-dorsey-twitter

Twitter.com (2013). *Frode Grytten*. Lokalisert på <https://twitter.com/FrodeGrytten>

Utdanningsdirektoratet. (2011) *Generell del av læreplanen*. Lokalisert på <http://www.udir.no/Lareplaner/Kunnskapsloftet/Generell-del-av-lareplanen/>

Vedlegg

Vedlegg 1: Spørreskjema angående bruk av sosiale medier, og spesielt Twitter

Spørreskjema angående bruk av sosiale medier, og spesielt Twitter

Kjønn

Mann	
Kvinne	

1. Hvilke sosiale medier benytter du deg av?

Facebook	
Instagram	
Twitter	
WeHeartIt	
Flicker	
Tumblr	
Youtube	

Andre, Vennligst før opp navn	
---	--

2. I hvilken grad bruker du følgende medium når du benytter deg av sosiale medier?

	I svært stor grad	I stor grad	I noen grad	I liten grad	Ikke i det hele tatt
PC					
Mobil					
Nettbrett					
Smart-tv					

Annet, vennligst spesifiser					
-----------------------------------	--	--	--	--	--

3. Hvordan er det mulig å bruke sosiale medier i undervisningen? Forslag til aktiviteter?

4. Har du en Twitterkonto? Hvis ikke er du ferdig med spørreskjemaet etter dette spørsmålet!

Ja	
Nei	

5. Hvem følger du på Twitter? Kryss av. På annet vennligst spesifiser

Musikere	
Politikere	
Bloggere	
Fotballspillere	
Andre sportsfolk	
Venner	
Journalister	
Organisasjoner	
Humor/parodi kontoer	
Annet, vennligst spesifiser	

6. Hva bruker du Twitter til?

Lese andres meninger	
Kommentere nyhetssaker	

Markere standpunkt i viktige saker	
Politisk arbeid	
Diskutere fotball	
Deling av diverse	
Humor	
Generelle ytringer	
Informasjonsinnsamling	
Annet, vennligst spesifiser	

7. I hvilken grad følger du Twitrere på følgende språk?

	I svært stor grad	I stor grad	I noen grad	I liten grad	Ikke i det hele tatt
Norsk					
Engelsk					
Andre språk, vennligst spesifiser					

8. Hvordan er det mulig å bruke Twitter i engelskundervisningen? Forslag til aktiviteter?