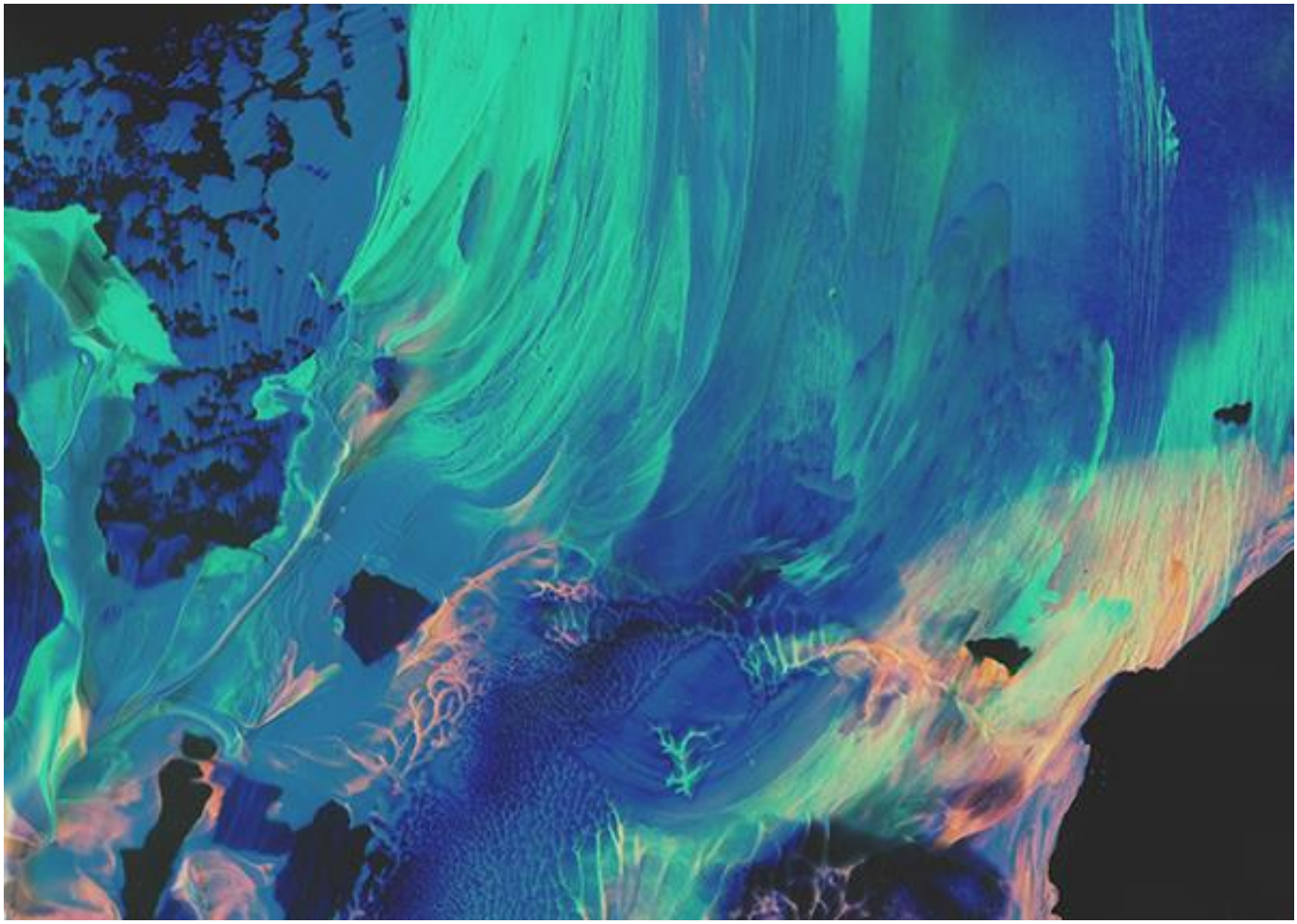
UMEÅ UNIVERSITET



”DET FINNS EGENTLIGEN INGET SLUT.”

En kvalitativ studie om unga vuxnas uppfattning och förståelse av fenomenet doomscrolling

Marielle Abrahamsson, Ida Carlberg

Examensarbete, 15 hp
Programmet för medie- och kommunikationsvetenskap, 180 hp
Ht 2025

Abstract

In recent years doomscrolling has been acknowledged as a phenomenon connected to social media and mental health issues, predominantly in young users. Most of the research in this field are psychology-focused, quantitative studies. However the personal experience of young adults and their understanding of the phenomenon is uncharted territory, particularly in media- and communications studies. The purpose of this study is to get a deeper sense of how young adults understand and experience doomscrolling in relation to their media use. This study explores how young adults define the term doomscrolling and whether it is experienced as an active choice or unconscious behavior, what needs are gratified through this behavior and how the technological design of social media affects the experience. The study was conducted with a qualitative approach, where semi-structured interviews were carried out in four separate focus groups, each containing three adults between the ages 20-28. The subjects were sorted into groups by the amounts of screen time they had per day, two of which had an average of less than six hours per day, and the other two with more than six hours per day. The material was thematically analysed using uses and gratifications theory and Stanfills affordances. Results show that young adults have a widespread and more nuanced understanding of doomscrolling than previous research suggests. Doomscrolling is not only experienced as negative, but also as a way to gratify needs of information, control and creating purpose. Additionally, the study shows that doomscrolling can be experienced as an active choice and an unconscious, automated behavior, simultaneously. The research suggests that technological and design affordances, such as algorithms, infinite scroll and short video formats, play a crucial role in how and for how long the user gets caught in doomscrolling. The study contributes a user perspective on doomscrolling and shows how individual needs interact with the platform's technological conditions in young adults' media usage on a daily basis.

Nyckelbegrepp: *doomscrolling, sociala medier, uses and gratifications teori, affordanser, kvalitativ intervju, unga vuxna, medieanvändning, skärmtid.*

Innehållsförteckning

1. Inledning 4
1.1. Syfte och frågeställningar 5
2. Bakgrund och tidigare forskning 6
2.1. Doomscrolling som fenomen 6
2.2. Digitala medier och psykisk påverkan 7
2.3. Algoritmer och infinite scroll 8
2.4. Studiens relevans 9
3. Teori 11
3.1. Uses and gratifications 11
3.2. Affordanser 12
3.2.1. Funktionella affordanser 13
3.2.2. Kognitiva affordanser 13
3.2.3. Sensoriska affordanser 14
4. Metod 15
4.1. Val av metod 15
4.1.1. Semistrukturerade intervjuer i fokusgrupper 15
4.1.2. Utformning av intervjuguide 16
4.2. Metoddiskussion 17
4.3. Urvalsprocess 18
4.3.1. Respondentgalleri 19
4.4. Genomförande 20
4.5. Transkribering 21
4.6. Analysmodell 22
4.7. Forskningsetiska överväganden 22
5. Resultat och analys 24
5.1. Unga vuxnas definition av begreppet doomscrolling 24
5.2. Aktivt val eller omedvetet beteende 25
5.2.1. Upplevelsen av aktivt val eller omedvetet beteende 25
5.2.2. Upplevda orsaker till att hamna i doomscrolling 27
5.3. Vilka behov tillfredsställs? 29
5.3.1. Känslor och behov som grundar och påverkar doomscrolling 29
5.4. Tekniska och designmässiga element 32
5.4.1. Utmärkande affordanser – infinite scroll, blue comment och korta videoformat 32
5.4.2. Beroendeframkallande 34
5.4.3. Algoritmer och filterbubblor 37

5.4.4. Skillnader mellan plattformar 38
6. Diskussion 41
6.1. Slutsats 41
6.2. Reflektion kring resultaten 43
6.3. Förslag på vidare forskning 44
Källförteckning 46
Bilagor 49
1. Intervjuguide 49

1. Inledning

Att tvångsmässigt ta del av obehaglig eller negativ information via medier, trots att det är nedslående, kallas för *doomscrolling;* ett beteende som användaren inte kan sätta stopp för (Güme, 2024; Sharma, Lee och Johnson, 2022). Begreppet kan tolkas i två delar. Dels *doom*, vilket är den del som Güme (2024) och Sharma, Lee och Johnson (2022) fokuserar på: att fenomenet kopplas till själva innehållet man tar del av på sociala medier och dess påverkan på den psykiska hälsan. *Scrolling* i begreppet kan tolkas som beteendet att bläddra bland innehåll på sociala medier. Begreppet tolkas därför som ett tvångsmässigt bläddrande.

Doomscrolling har uppstått i takt med hur sociala medier blivit en allt mer central del i ungdomars och unga vuxnas vardagsliv. Plattformarna används inte bara för att dela med sig av livshändelser eller kommunicera med vänner, utan även som informationskälla för att ta del av vad som händer i världen (Statens medieråd, 2021). Det kan vara svårt att hålla sig från att söka upp information via sociala medier, då det är ett naturligt behov att hålla sig informerad vid stress och oro (Güme, 2024). Doomscrolling är därför vanligare när stämningen i världen är orolig och under perioder med pandemier, våld och katastrofer (Güme, 2024). Samtidigt upplever många att doomscrolling är en fördel under dessa oroliga perioder, då det kan handla om att känna kontroll över en situation, hålla sig informerad, gardera sig emotionellt mot osäkerheter i samhället eller något så enkelt som att leta efter något positivt i allt det negativa (Güme, 2024; Mary, 2025).

Tidigare forskning inom psykologin visar att hög konsumtion av negativa nyheter har en negativ påverkan på människors hälsa över tid (Güme, 2024). Det finns även teknologiska och designmässiga element, såsom algoritmer och infinite scroll (oändliga flöden), som påverkar vad användaren exponeras för och hur länge hen stannar kvar på plattformen. De et al. (2025) förklarar hur algoritmiska rekommendationssystem är designade för att göra användarens engagemang så aktivt och långvarigt som möjligt. Det aktiverar hjärnans belöningssystem, som i sin tur kan leda till beroendeliknande beteendemönster på sociala medier.

Enligt Meinhardt et al. (2025) skapar infinite scroll, alltså oändliga flöden, användarbeteenden där scrollandet blir automatiserat vilket kan trigga negativa känslor hos användaren. Meinhardt (2025) och De et al.s (2025) studier visar tillsammans med de psykologiska aspekterna av doomscrolling att det finns en väldigt otydlig gräns mellan vad som är ett aktivt

val av användaren och vilka designmässiga och tekniska element som påverkar handlingar och användarbeteendet.

Trots att tidigare forskning lyfter både fenomenets psykologiska och teknologiska aspekter är forskningen fortfarande relativt begränsad vad gäller upplevelsen av doomscrolling hos unga vuxna i 20–28 års ålder, och vad de har för definition av fenomenet. En stor del av tidigare forskning om ämnet är kvantitativ och saknar perspektiv där upplevelser, erfarenheter och beteenden står i centrum. Majoriteten av forskningen utgår från psykologiska perspektiv eller med fokus på algoritmer.

1.1 Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att få en djupare förståelse för hur unga vuxna förstår och upplever doomscrolling kopplat till deras medieanvändning, med hjälp av kvalitativa semistrukturerade intervjuer i fokusgrupper och tematisk analys.

1. *Vad är unga vuxnas uppfattning av begreppet doomscrolling?*
2. *Upplever unga vuxna att deras doomscrolling på sociala medier är ett aktivt val eller omedvetet beteende?*
3. *Vilka behov upplever unga vuxna att doomscrollandet tillfredsställer?*
4. *På vilket sätt påverkar de sociala mediernas teknologiska utformning unga vuxnas upplevelse av sitt sociala medieanvändande?*

2. Bakgrund och tidigare forskning

Doomscrolling är tämligen studerat sedan 2020 när fenomenet först blev omtalat, men inom medie- och kommunikationsvetenskap är det fortfarande ett relativt nytt område. Studier kring fenomenet blir fler och fler, och många fokuserar på den psykologiska aspekten av fenomenet doomscrolling. Andra studier fokuserar på algoritmernas funktion och påverkan på hur och vilken information som presenteras.

2.1. Doomscrolling som fenomen

Doomscrolling som fenomen och begrepp blev utbrett under COVID-19-pandemin, vilket var en period med oro och osäkerhet i hela världen. I sådana perioder söker många information för att uppleva kontroll över situationen, men för många har det motsatt effekt.

Det ständiga behovet av information och uppdateringar om COVID-19-pandemin visade en ökning i sociala medieanvändning med 47% jämfört med föregående år (Güme, 2024). Den oroliga stämningen tillsammans med den ökande användningen av sociala medier möjliggör för slutsatsen att högre skärmtid uppstod hos många användare. Tidigare forskning har visat att användare med hög skärmtid i samband med ångest och oro, är särskilt benägna att fastna i doomscrolling-beteendet (Akat och Hamarta, 2025; Güme, 2024).

Sökandet efter information i oroliga tider kan ses som ett sätt för meningsskapande, och som en överlevnadsstrategi; ett sätt att förstå och bearbeta vad som händer i världen. Det finns en dragning till information samtidigt som det negativa innehållet ger psykiska konsekvenser för användaren (Mary, 2025). Det denna studie ska ta reda på är hur unga vuxna förhåller sig till doomscrolling och vilken struktur och mening det ger till deras vardag. Något som inte ska förbises är den del människor som upplever doomscrolling som ett medvetet val snarare än ett tvång; ett val att engagera sig i nyheter för att hålla sig uppdaterad om världsläget trots känslor om hot och oro (Mary, 2025).

Studier visar även att människor vänjer sig vid att konsumera negativa nyheter, speciellt under perioder av kriser, katastrofer, epidemier eller våld. Många söker information i hopp om något positivt, men möts istället av fällan som är doomscrolling. Det leder till ett omedvetet och automatiserat beteende över tid (Güme, 2024).

2.2. Digitala medier och psykisk påverkan

Digitala medier har blivit en uppenbar del av unga vuxnas vardag, där många uppger att de ägnar flera timmar per dag åt sin mobiltelefon. Många unga upplever även att skärmtiden har negativa effekter på hälsan, vilket påverkar bland annat sömnen och det psykiska välbefinnandet (Folkhälsomyndigheten, 2024). Skärmar kan exempelvis vara TV, dator, eller surfplatta. I denna studie innebär skärmtid enbart den tid som spenderas på mobiltelefonens skärm.

Enligt Kaya (2025) finns det ett samband mellan användandet av sociala medier, doomscrolling och psykologisk påverkan. Sociala medier stärker doomscrolling som i sin tur försvagar den psykologiska anpassningen. Detta leder till ökad påverkan på den mentala hälsan. Eftersom många unga vuxna befinner sig på sociala medier är de extra benägna att hamna i doomscrolling. Andra studier instämmer också att sociala medier och beroende av sociala medier stärker doomscrolling och kan orsaka användaren oro, nedstämdhet, stress, ångest eller ilska (Akat och Hamarta, 2025; Sharma, Lee och Johnson, 2022).

Folkhälsomyndigheten (2024) menar att det är den problematiska användningen av digitala medier som är dålig för ungas hälsa, och att den typen av användning kan likna ett beroende. Många ungdomar och unga vuxnas anledning till att använda digitala medier är att fly negativa känslor, vilket stärker kopplingen till psykisk ohälsa. Folkhälsomyndighetens (2024) koppling mellan digitala medier och psykisk ohälsa, tillsammans med Kayas (2025) samband mellan sociala medier, doomscrolling och psykologiska påverkan möjliggör för slutsatsen att unga vuxnas psykiska hälsa i hög grad påverkas av doomscrolling.

Det går även att se mediernas påverkan genom doomscrolling. Människor söker information för att fylla behov som till exempel nöje, avslappning, information, flykt, social interaktion eller sällskap (Menon, 2021). Dessa behov kan leda till att användaren blir påverkad av innehåll som förekommer i doomscrolling, till exempel tillfredsställelsen av att veta vad som pågår under en orolig period i världen. Dessa beteenden kan i sin tur leda till ett beroende av sociala medier, vilket enligt Güme (2024) kan behöva strategier för att kontrolleras. Exempel på strategier kan vara att införa begränsningar för hur mycket sociala medier får användas, att aktivt ta del av positivt innehåll på sociala medier för att balansera negativ information, eller engagera sig i aktiviteter offline för att skapa ett hälsosammare förhållande till sociala medier (Güme, 2024).

2.3. Algoritmer och infinite scroll

Folkhälsomyndigheten (2024) påpekar att teknisk och kommersiell utformning av digitala medier kan vara skadlig, dels då innehållet kan visa skadligt material och dels genom att algoritmerna skapar ökad användning.

Lora et al. (2025) beskriver tre olika faktorer för att få och behålla användarens uppmärksamhet i sociala medier. Den första är partiell förstärkning, vilket är en strategi som främjar spänning och osäkerhet. Detta får användaren att fortsätta scrolla för att få information som faktiskt lönar sig, trots att det kan ta tid. Den andra faktorn är personalisering som innebär att främja innehåll som är relevant för användaren. Detta sker ofta genom algoritmiska rekommendationssystem. Sista faktorn är beroendeframkallande design, vilket innebär att plattformarna genom design och digitala mekanismer såsom infinite scroll och auto-uppdaterande flöden håller kvar användaren längre.

Salles (2025) menar att en stor del av orsaken till doomscrolling är hur rekommendationsalgoritmerna fångar in uppmärksamheten hos användaren. Algoritmer har en tydlig koppling till fenomen som doomscrolling, eftersom belöningssystemet driver på ett tvångsmässigt deltagande. Salles (2025) nämner även att det saknas studier som utgår från interdisciplinära perspektiv som kombinerar algoritmer- och medieforskning, samt användarnas egna upplevelser av fenomen och beteenden som rör algoritmer. De et al. (2025) förklarar hur algoritmiska rekommendationssystem är designade för att maximera användarens engagemang och skärmtid, vilket aktiverar hjärnans belöningssystem. Att fastna i dessa beteenden har visat sig bidra till beroendeliknande beteendemönster hos deltagarna, som i studiens fall handlade om tonåringar.

Meinhardt et al. (2025) beskriver hur sociala medie-plattformar som Instagram och TikTok har förändrat människors sätt att konsumera medier. Det kan exempelvis vara funktioner som *infinite scroll*, alltså oändliga flöden. Det innebär att inlägg i sociala medier fortsatt uppdateras under tiden som användaren scrollar. Det har visat sig leda till ökad skärmtid, känslor av att automatiserat fastna i en ond cirkel och att i efterhand ångra sitt beteende. Författarna beskriver att detta är ett sätt att få användarna att stanna på plattformarna längre och öka deras interaktion med inlägg.

Dessa studier visar tillsammans att det finns en väldigt otydlig gräns mellan vad som från användaren är ett aktivt val och vad som designmässigt eller tekniskt drivet påverkar handling och användarbeteende.

2.4. Studiens relevans

Majoriteten av den tidigare forskningen inom doomscrolling bygger på kvantitativa metoder och bygger på observationer, självrapporterad information eller psykologisk påverkan. Studier har gjorts på bland annat sambandet mellan sociala medier-beroende och doomscrolling, hur människors psykologiska välmående påverkas av doomscrolling och negativa nyheter, hur unga vuxna använder doomscrolling som meningsskapande, samt hur funktioner som infinite scrolling påverkar användares beteenden på sociala medier (Akat och Hamarta, 2025; Güme, 2024; Mary, 2025; Lora et al., 2025). Det har gett viktig kunskap om mängden olika fält doomscrolling rör sig inom, och att det går att undersöka från många perspektiv. Framförallt visar det att mer interdisciplinär forskning på området behövs, som tar in fler perspektiv i samma studie.

Trots att det finns en del forskning om fenomenet sedan tidigare nämner flera av författarna till den tidigare forskningen att det saknas kvalitativ forskning som fångar upp människans egen upplevelse av doomscrolling. Till exempel föreslås intervjustudier för att skapa en djupare förståelse för individens egen upplevelse av doomscrolling, samt att få insikt i motivation, känslor och kognitiva processer hos individen (Sharma, Lee och Johnsson, 2022). Dessutom kan intervjuer ge en tydlig bild av hur unga vuxna ser doomscrolling som en arena för meningsskapande i deras vardag, och hur de upplever känslor kopplat till fenomenet (Kaya, 2025). Flera andra studier stödjer även behovet av kvalitativa studier för att få en bättre bild av människors egen upplevelse av fenomenet (Akat och Hamarta, 2025). Även Folkhälsomyndigheten (2025) påpekar att det saknas kunskap om hur olika typer av digitala medier, användning och innehåll påverkar unga vuxnas vardag. Målgruppen själv vill också veta mer om hur användningen av sociala medier påverkar dem (ibid.).

Doomscrolling förklaras i tidigare forskning som ett entydigt beteende snarare än en mediepraktik som upplevs av användaren. Denna studie fyller därför forskningsluckor genom att kvalitativt undersöka unga vuxnas uppfattning utifrån uses and gratificationsteorin, med fokus på vilka behov som beteendet upplevs tillfredsställa. Genom att titta på olika affordanser på sociala medier, synliggörs påverkan på användarnas upplevelse. Studiens och

analysens helhet grundar sig i kvalitativa forskningsintervjuer i fokusgrupper för att fokusera på respondenternas upplevelser, vilket möjliggör för en nära förståelse av doomscrolling som mediepraktik i unga vuxnas vardag. Detta leder till en förståelse av doomscrolling utifrån ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv, med fokus på användarens upplevelse.

3. Teori

Nedan presenteras det teoretiska ramverket för uppsatsen, tillsammans med de centrala begreppen som rör teorierna. De valda teoretiska perspektiven är *uses and gratificationsteorin* och *affordanser.*

3.1. Uses and gratifications

För att förstå unga vuxnas upplevelse av doomscrolling används *uses and gratificationsteorin.* Teorin har under många år fångat upp publikens motivation till medieanvändning av exempelvis tidningar, tv, radio och internet (Menon, 2021). Eftersom uses and gratifications är en äldre teori, så behövs ett mer modernt perspektiv som passar in i dagens digitala samhälle. Därför utgår vi från Thomas Ruggieros (2000) tolkning av uses and gratifications, tillsammans med Dolan et al. (2015) och Menons (2021) tolkningar av teorin för att den ska vara applicerbar på medier och plattformar som vi känner till dem idag.

Ökningen av sociala medier och medieplattformar har skapat fler digitala medier vars funktioner innebär mer interaktion med användarna och vice versa (Ruggiero, 2000; Dolan, et al., 2015). Uses and gratifications undersöker vilka val publiken gör i medier, och vilka behov dessa val uppfyller (Dolan, et al, 2015). Exempelvis kan det handla om behov av nöje, avslappning, information, flykt, social interaktion eller sällskap (Menon, 2021).

Ruggieros (2000) tolkning av teorin förstärker att användarens behov har förändrats i takt med att nya digitala medier har utvecklats. Ruggiero menar att medieanvändning har blivit mer komplext än bara ett sätt att ta emot information; att social interaktion, personligt deltagande, identitetsutveckling och underhållning blivit mer centralt. Användaren har större utrymme att välja själv genom att aktivt söka upp innehåll som tillfredsställer dessa behov, vilket i sin tur gör att medier måste konkurrera om användarens uppmärksamhet. Däremot bör algoritmiska funktioner också finnas med i tanken, som påverkar vilken typ av innehåll som konsumeras. Det är alltså inte helt och hållet upp till användaren vad hen exponeras för (De et al., 2025).

Teorin fick nytt liv i takt med att kommunikation via internet kom till, och att teorin alltid legat i framkant då nya massmedier har uppstått, exempelvis tidningar, radio, TV och internet (Ruggiero, 2000). Då grundidén i uses and gratifications är att användarna är aktiva i

medieanvändandet, så har relevansen för teorin ökat med uppkomsten av sociala medier som är interaktiva (Ruggiero 2000; Dolan et al., 2015). På grund av att teorin är aktuell vid nya typer av massmedia så ser vi teorin som högst aktuell för att studera användning på sociala medier och doomscrolling.

Uses and gratificationsteorin utgår från tre centrala teman; *interaktivitet, demassifiering* och *asynkronitet* (Ruggiero, 2000). Interaktivitet innebär att användaren kan skapa ny betydelse för kommunikation och på det sättet påverka innehållet. Demassifiering innebär att användaren har kontroll över mediet, och har stor möjlighet att påverka vilken typ av innehåll som tas del av, men också att mediet riktar information till individen till skillnad från att rikta information till den större massan. Asynkronitet innebär att information kan skickas och mottas vid olika tidpunkter, när det bäst passar användaren. Det innebär att användaren får mer kontroll än i traditionella medier. Tillsammans kan dessa teman belysa hur unga vuxnas doomscrolling kan upplevas som ett medvetet eller behovsstyrt beteende, men också ett resultat av plattformars funktioner.

Uses and gratifications kan bidra med en djupare förståelse för vilka behov som tillfredsställs hos unga vuxna, och hur dessa behov påverkar individen positivt eller negativt. Det teoretiska perspektivet kan också bidra med en djupare förståelse för användarens interaktion med sociala medier och vilka beteenden som uppstår, som exempelvis doomscrolling. Både positiva och negativa beteenden kan synliggöras genom en analys utifrån ett uses and gratifications-perspektiv (Dolan, et al., 2015).

3.2. Affordanser

På sociala medieplattformar finns teknologiska funktioner och designmässiga element som bidrar till hur vi upplever dem, dessa kallas *affordanser.* Det är funktioner som försvårar eller möjliggör för vissa beteenden hos användaren. Enligt Mel Stanfill (2014) finns det tre olika typer av affordanser: *funktionella-, kognitiva-* och *sensoriska affordanser.* De olika affordanserna reproducerar samhällsstrukturer och maktstrukturer genom sina funktioner, som ofta förbises av användaren vid första anblick (Stanfill, 2014).

Affordanser används som ett teoretiskt perspektiv för att synliggöra vilka funktioner som respondenterna tycker sig påverkas av när det kommer till sociala medieplattformar och doomscrolling. Affordanser fungerar som ett analysverktyg för att synliggöra vilka funktioner

och element i medieplattformarna som respondenterna upplever att de påverkas av. Nedan beskrivs de olika affordansbegreppen.

3.2.1. Funktionella affordanser

Funktionella affordanser beskriver vilka faktiska funktioner som finns i ett gränssnitt och hur funktionerna påverkar användaren. Stanfill (2014) förklarar att dessa affordanser talar om vilka behov och beteenden som plattformen förväntar sig att användaren har. Samtidigt formar de användarens upplevelse av plattformen genom att begränsa eller möjliggöra vissa handlingar. Till exempel gilla-knappar, infinite scroll eller “för dig"-flöden på sociala medier.

Funktionella affordanser är formade efter vad som är simpelt, avsett och typiskt, men kan inte alltid bestämma helt över vad användaren kan och inte kan göra, då det finns användare med teknisk förmåga som kan ta sig förbi rådande begränsningar. Vidare beskriver Stanfill (2014) att funktionella affordanser är ett sätt att utöva makt över användaren, och att designen är normskapande i att det finns antaganden om vilka handlingar användaren ska utföra.

Funktionella affordanser blir särskilt relevant för denna studie då det kan hjälpa oss förstå hur unga vuxna upplever hur olika teknologiska element bidrar till och formar deras beteenden och handlingar. I detta fall på sociala medier. Genom att ta del av deltagarnas erfarenheter kan vi närmare undersöka hur dessa funktionella affordanser tolkas, vilka normer de anses förstärka och hur det kan kopplas samman med deltagarnas tankar och känslor kring behov och motivationer rörande doomscrolling.

3.2.2. Kognitiva affordanser

Kognitiva affordanser syftar till gränssnittets möjlighet att få användaren att förstå vilka handlingar som finns att göra på plattformen och vad de innebär (Stanfill, 2014). Dessa affordanser berör meningsskapande, alltså hur olika element vägleder användaren genom informationen som presenteras för dem. Exempelvis ikon av ett förstoringsglas för sökfunktion eller en hjärt-ikon för “gilla”-funktion, samt benämningar av funktioner – till exempel att flödet med rekommenderade videor enligt algoritmen kallas “för dig” för att få användaren att förstå att innehållet är individanpassat.

Kognitiva affordanser är också starkt sammankopplade med språk och hur olika funktioner som knappar och menyer namnges. Ordvalen som framkommer är aldrig neutrala, utan bär

med sig eller uppmanar till handling, exempelvis “buy now”, eller “learn more” (Stanfill, 2014).

Även dessa affordanser kan hjälpa oss förstå våra respondenter i hur användaren tolkar och rör sig på sociala medier. I och med att kognitiva affordanser handlar om användarens uppfattning och förståelse av plattformen kan dessa faktorer påverka hur unga vuxna upplever sitt doomscrollingbeteende. Genom att ta del av respondenternas erfarenheter och tankar kan vi få insikt i hur kognitiva affordanser formar deras uppfattningar av egen kontroll, motivation och uppmärksamhet kring doomscrolling.

3.2.3. Sensoriska affordanser

Sensoriska affordanser handlar om hur text, bild och ljud fångar användarens uppmärksamhet på plattformar. Stanfill (2014) beskriver hur estetiskt tilltalande design ofta är väldigt enkel, lättbegriplig och sammanhängande, medan kommersiell design ofta drar åt mer färgglada teman med ljud och rörelse i fokus. Till exempel har olika sociala medieplattformar specifika ljud för deras notiser, som gör att man känner igen vilken plattform notisen kommer från utan att se den. Andra exempel är enkla saker som animationer eller färgändring när man trycker på vissa knappar.

Dessa olika typer av designval kan reflektera olika känslor eller uttryck till användaren, bland annat professionalism, lekfullhet, eller till och med sociala normer såsom maskulinitet eller femininitet. Vidare förklarar Stanfill (2014) att sensoriska designval inte är neutrala, utan att alltid styr användarens uppmärksamhet och speglar bakomliggande antaganden om vad plattformen är till för, och vem den är till för.

Sensoriska affordanser är relevanta för vår studie då de bidrar med förståelse för hur unga vuxnas upplevelse av doomscrolling och medieanvändning påverkas av text, bild och ljud. Dessa affordanser kan öka vår förståelse för hur olika element kan trigga igång vissa beteenden hos användaren, och om det finns särskilda element eller funktioner som får användaren att hänga kvar längre i doomscrolling.

4. Metod

I detta kapitel presenteras den metod som studien grundar sig på, samt redogörelse för dess genomförande. Avsnittet inleds med motivering av metodval, valet av semistrukturerade intervjuer i fokusgrupper, och utformning av intervjuguiden. Vidare presenteras urvalsprocessen för fokusgrupperna och respondenterna, samt transkriberingsarbetet. Avslutningsvis presenteras analysmodellen, forskningsetiska överväganden och metoddiskussion.

4.1. Val av metod

Valet av kvalitativ forskningsintervju har utformats enligt studiens syfte att få förståelse för unga vuxnas upplevelse av doomscrolling. Kvale och Brinkmann (2014, s. 41) förklarar att kvalitativa metoder används för att förstå människors upplevelser ur intervjupersonernas perspektiv. Inom kvalitativ forskning är man i synnerhet intresserad av djupgående tolkningar, tankar och känslor vilket är särskilt relevant för denna studie.

I och med att doomscrolling visat sig vara ett fenomen som kan påverka människor negativt, (Folkhälsomyndigheten, 2024; De et al., 2025; Meinhardt et al. 2025) ansågs en kvalitativ metod passa för att kunna ge en djupare inblick i hur doomscrolling upplevs samt hur unga vuxnas relation till doomscrolling ser ut.

4.1.1. Semistrukturerade intervjuer i fokusgrupper

För att samla in data som fördjupar förståelsen för människors upplevelse av ett fenomen är kvalitativa intervjuer en lämplig metod. En kvalitativ intervjustudie bidrar med att skildra enskilda individers upplevelser, erfarenheter och tankar rörande doomscrolling. Kvalitativa intervjustudier kan genomföras på olika sätt. För att få förståelse för individers upplevelser, erfarenheter och tankar rörande doomscrolling så är *semistrukturerade* intervjuer i fokusgrupper lämpligt.

Vår tolkning av semistrukturerade intervjuer är att intervjuerna utgår från en intervjuguide som agerar som struktur för samtalet, samtidigt som utrymme lämnas för vidare diskussioner kring ämnet. På så sätt får respondenterna möjlighet att uttrycka sig och diskutera fritt kring doomscrolling som fenomen, med egna ord och tankar. Detta öppnar upp för fler idéer och

perspektiv som individuella intervjuer ibland kan sakna (Wibeck 2010, s. 51). Strukturen i samtalet blir därmed både styrd och flexibel (Kvale och Brinkmann 2014, s. 147). Intervjuguiden används för att strukturera upp samtalet med förutbestämda frågor och teman som utgångspunkt.

Valet av metod motiveras även genom studiens teoretiska ramverk. Studiens teorier om uses and gratifications och affordanser handlar främst om tolkning, upplevelser, behov och tillfredsställelse, vilket gör intervjustudier i fokusgrupper lämpliga för att ta reda på respondenternas faktiska upplevelser, erfarenheter och tankar kring doomscrolling. Målet med intervjuerna i fokusgrupper är att synliggöra upplevelser av doomscrolling som fenomen, och finna kunskap om respondenternas upplevda vardag utifrån sina egna ord.

4.1.2. Utformning av intervjuguide

Datainsamlingen utgår från en intervjuguide vars syfte är att försäkra att intervjuerna och samtalen, trots sin flexibilitet, håller sig till studiens syfte och frågeställningar. Intervjuguiden bifogas i bilagorna (se bilaga 1).

Vi delade upp intervjuguiden i öppningsfrågor och introduktionsfrågor som skulle hjälpa respondenterna bekanta sig med situationen och varandra, samt introducera ämnet och ge utrymme för reflektion av deras egen upplevelse. För att föra samtalet vidare och ge svar på våra frågor ställde vi ett antal nyckelfrågor, vilket är den huvudsakliga delen i intervjun. Här ställde vi frågor som aktivt rörde våra frågeställningar. Exempelvis om respondenterna upplever doomscrolling som ett aktivt val eller omedvetet beteende, eller om det finns särskilda funktioner i appar som gör att de lättare fastnar i scrollandet. Efter det frågade vi avslutande frågor för att låta respondenterna lyfta ytterligare tankar och erfarenheter som inte tagits upp tidigare (Wibeck 2010, s. 73–74).

Intervjufrågorna var öppet formulerade för att deltagarna skulle kunna uttrycka sig och diskutera sina upplevelser, erfarenheter och tankar fritt, med studiens teman som grund. För att säkerställa att frågorna i intervjuguiden var av värde för studiens syfte och frågeställningar gjorde vi en testintervju där vi ställde frågorna i form av en individuell intervju. Utifrån testintervjun kom vi fram till att vi behövde dela upp vissa frågor för att få svar på det vi ville ta reda på, samt att vi omformulerade vissa frågor för att göra ämnet lättare att tolka.

4.2. Metoddiskussion

På grund av att intervjuerna utgått från ett semistrukturerat format har respondenternas möjlighet att dela med sig av sina egna beteenden, upplevelser och tankar om doomscrolling varit stor. Detta anses som en styrka då användarnas egna upplevelser av doomscrolling är centrala i denna studie. Metoden har gett nyanserade svar och diskussioner som annars hade varit svåra att komma över om vi istället hade använt en kvantitativ metod. Studiens reliabilitet har stärkts genom en tydlig och genomarbetad intervjuguide med utrymme för följdfrågor för att ytterligare förtydliga respondenternas svar. Även transkriberingen har genomförts på ett ordagrant sätt. Materialet samt intervjuanteckningarna har lästs igenom flera gånger av båda författarna för att undvika misstolkningar och skapa en så kvalitativ analys som möjligt.

Däremot har studien vissa begränsningar. I fokusgrupperna skilde det sig huruvida respondenterna kände varandra sedan tidigare eller inte, i och med att vi delvis använde ett snöbollsurval under rekryteringen. Vissa grupper bestod av nära vänner, och vissa hade aldrig träffat varandra förut. Detta påverkade diskussionerna, men inte nödvändigtvis negativt. Respondenterna som kände varandra sedan tidigare hade en större tendens att skämta om vissa saker vilket ledde till att vi fick ta bort vissa korta sekvenser av intervjuerna i transkriberingen. Dock visade detta på att respondenterna kände sig bekväma i samvaron vilket vi anser vara gynnande för studien då det kan bidra till mer utförliga och nyanserade svar (Wibeck 2010, s. 81). De kunde diskutera varandras beteende på ett väldigt naturligt sätt och var mer bekväma i diskussionerna. Alltså var gruppdynamiken väldigt olika i de fyra fokusgrupperna. Detta ser vi som en styrka för studien, då det kan bidra till olika och nyanserade svar till frågeställningarna.

Vi som författare färgar, påverkar och gör generaliserade tolkningar på grund av våra egna uppfattningar och erfarenheter rörande doomscrolling. Detta har vi hanterat genom att diskutera våra egna tolkningar och vara öppna med de förförståelser vi har om fenomenet doomscrolling under analysens gång. Ekström och Johansson (2019, s. 17) menar att det är centralt att ingående analysera och jämföra olika situationer, i vårt fall intervjuerna, för att se vilka gemensamheter och olikheter som finns. Vi har även eftersträvat en trygg och öppen relation med respondenterna genom att vara tydliga med studiens process. Vi har försökt att undvika värderande frågor eller pressat dem åt någon specifik riktning i sina svar.

En viktig reflektion över arbetet är att vi har närhet till målgruppens ålder och medieanvändning vilket i sig har gett en unik förståelse för respondenterna och hur de resonerade. Stunder har funnits då vi velat yttra egna åsikter kring ämnet, men förstås inte agerat på det i och med att vi har vetskap om att det riskerar att färga resultatet. Vi har alltså varit väl medvetna om vår egen position i forskningen och ansträngt oss för att undvika att våra erfarenheter, åsikter eller intressen för ämnet skulle påverka respondenternas svar och där med studiens resultat.

Något som först vände upp och ner på vårt arbete var när vi först förstod att respondenterna inte alls hade samma definition av doomscrolling som vår tidigare forskning. Delar av vårt arbete, speciellt intervjuguiden, kändes oanvändbar därefter, men när vi väl accepterade att definitionen inte behövde vara exakt vad vi tänkt oss, fick vi istället ett väldigt intressant resultat; en ny definition av doomscrolling. Vi ändrade också vissa ord i intervjuguiden för att anpassa oss till öppenheten som en intervjustudie kräver, speciellt då respondenternas definition av doomscrolling skilde sig.

Sammanfattningsvis har arbetet och processen i helhet varit framgångsrik trots vissa praktiska utmaningar. Under processens gång har vi fått en fördjupad förståelse för hur unga vuxna upplever doomscrolling, samt hur de förhåller sig till sociala medier.

4.3. Urvalsprocess

Fokusgrupperna bestod av unga vuxna mellan 20-28 år, med blandad könsfördelning. Mycket av tidigare forskning har fokuserat på ungdomar i åldern 13-18 år, vilket är varför vi valde att fokusera på något äldre ungdomar. Denna målgrupp har vi valt att kalla unga vuxna. Denna målgrupp valdes på grund av att digitala medier blivit en stor del av unga vuxnas vardag, och för att unga vuxna är den första generationen som vuxit upp med sociala medier från ung ålder. Enligt Folkhälsomyndigheten (2024) uppger många unga vuxna att de ägnar flera timmar per dag åt sin mobiltelefon. Många unga upplever även att skärmtiden har negativa effekter på hälsan, såsom sömnen och det psykiska välbefinnandet.

Vid rekrytering av respondenter publicerades en öppen ansökan via en händelse på Instagram, där personer i en omröstning fick visa intresse genom att ange sin ungefärliga skärmtid. Vi sökte personer som har någon form av skärmtid via mobiltelefon, samt har upplevt

doomscrolling i sin vardag. Detta för att kunna fånga upp respondenternas faktiska upplevelse av fenomenet. Genom inlägget nåddes 465 personer, varav 15 svarade på omröstningen.

Till de som svarade skickade vi ut frågor om de ville ställa upp i studien och hur mycket skärmtid de hade i dagligt snitt. Personerna som hade möjlighet att ställa upp blev utvalda som respondenter. För att nå fler respondenter använde vi oss av ett snöbollsurval genom att fråga respondenterna om de kände någon som hade möjlighet att ställa upp i studien (Wibeck 2010, s. 81). Vi kontaktade också personer privat för att fylla ut antalet respondenter, för att göra en nyanserad intervjustudie. Utifrån händelsen på Instagram, snöbollsurvalet och privat kontakt ställde totalt 12 personer upp. Nio av dessa var universitetsstudenter, och övriga var mer eller mindre införstådda i ämnet.

Utifrån respondenterna visade det sig att majoriteten hade mer än sex timmar skärmtid per dag. Vi valde därför att dela upp fokusgrupperna i fyra grupper. Två med mindre än sex timmar skärmtid per dag, och två med mer än sex timmar skärmtid per dag. Vi delade upp grupperna för att se om det finns några skillnader i upplevelse eller beteende mellan grupperna baserat på hur mycket skärmtid respondenterna har i snitt. Grupperna med mer skärmtid kan bidra med detaljerade perspektiv, medan grupperna med mindre skärmtid kan bidra med kontrasterande perspektiv på vad som kan kännas avvikande eller påfrestande vad gäller doomscrolling. Uppdelningen av respondenterna kan leda till att personerna tar en viss position vad gäller deras skärmtid. En risk är till exempel att personer med hög skärmtid kan normalisera eller försvara sitt beteende, medan personer med mindre skärmtid kan distansera sig och prata om moraliska och etiska perspektiv på doomscrolling.

4.3.1. Respondentgalleri

Nedan finns respondenter listade i respektive fokusgrupper för att ge en tydlig överblick över gruppsammansättningen. Tabellen redovisar grundläggande uppgifter och information om studiens respondenter; kön, ålder och snittlig skärmtid per dag. För att garantera konfidentialitet är deltagarna anonymiserade och nämns istället genom fiktiva namn.

Grupp 1 (mindre än sex timmar skärmtid per dag)

Respondent	Kön	Ålder	Genomsnittlig skärmtid per dag
Isabella	Kvinna	22 år	2 timmar

Wilma	Kvinna	21 år	2 timmar
Sigrid	Kvinna	20 år	5,5 timmar

Grupp 2 (mindre än sex timmar skärmtid per dag)

Respondent	Kön	Ålder	Genomsnittlig skärmtid per dag
Liam	Man	22 år	2 timmar
Vilmer	Man	26 år	2 timmar
Hannes	Man	28 år	2,5 timmar

Grupp 3 (mer än sex timmar skärmtid per dag)

Respondent	Kön	Ålder	Genomsnittlig skärmtid per dag
Linnea	Kvinna	22 år	15 timmar
Emanuel	Man	22 år	6 timmar
Sara	Kvinna	21 år	7 timmar

Grupp 4 (mer än sex timmar skärmtid per dag)

Respondent	Kön	Ålder	Genomsnittlig skärmtid per dag
Lina	Kvinna	22 år	7 timmar
Isa	Kvinna	21 år	7,5 timmar
Anna	Kvinna	21 år	7 timmar

4.4. Genomförande

Intervjuerna genomfördes under december 2025. Totalt fyra gruppintervjuer genomfördes med stöd av intervjuguiden (se bilaga 1). Intervjuerna varierade i tid på grund av att grupperna skiljde sig i engagemang och samtalsdynamik. I genomsnitt varade intervjuerna i ca 45 minuter. Alla intervjuer hölls fysiskt då vi ansåg att det kunde leda till mer avslappnade samtal samt undvika att respondenterna avbryter varandra på grund av de dröjsmål som sker över digitala samtal, och att respondenterna skulle känna sig mer bekväma i intervjuerna.

Innan intervjuerna började gick vi igenom grundläggande information om studien, såsom dess syfte och bakgrund, samt information kring deras medverkan. Vi nämnde även att de var anonyma och gav möjligheten att avbryta när som helst under studiens gång. Blanketter för information och samtycke delades ut för respondenterna att skriva under, som sedan samlades in.

När intervjuerna väl var igång agerade vi moderatorer och fördelade ordet så att alla respondenter skulle få komma till tals och berätta om sina erfarenheter och upplevelser. Vi eftersträvade ett tryggt och bekvämt samtalsklimat där alla fick komma till tals och uttrycka sig utan att bli dömda. Den semistrukturerade formen på intervjuerna gav nyanserade svar och diskussioner från deltagarna, och gav oss moderatorer möjlighet att ställa följdfrågor om något var särskilt intressant för studien.

4.5. Transkribering

Intervjuerna spelades in via en digital ljudinspelare, och transkriberades sedan. Vi två som transkriberade intervjuerna var överens om hur det skulle göras och vad som skulle tas med i transkriberingen och inte. Detta gjordes för att minska risken för missförstånd och möjliggöra mer konkreta språkliga jämförelser i intervjuerna (Kvale och Brinkmann 2014, s. 221). Utfyllnadsord som bland annat “oj”, “ehm” och “typ” transkriberades inte, för att göra texten lättare att analysera och endast lyfta fram det väsentliga i texten. Vi valde även att utesluta vad vi uppfattade som skämt, oseriösa svar och sidospår, då vi ansåg att det inte tillförde till att få svar på studiens syfte och frågeställningar. Oseriösa svar tolkar vi i denna studie som svar där respondenterna skämtar om ämnet, är överdrivna eller ironiska. Sidospår kan vara sådant som inte hör till ämnet. Till exempel när samtal om informationssökning leder till att man talar om ett spel på internet som inte har med den egna upplevelsen att göra. Dessa typer av svar behölls i de fall vi upplevde att det var relevant till respondenternas upplevelser.

Det transkriberade materialet tillsammans med ljudfilerna från intervjuerna låg som grund till den tematiska analysen. Det fördes även anteckningar under intervjuernas gång för att tydligare markera saker vi tyckte var extra intressant i stunden. Dessa utgjorde centrala och återkommande teman i diskussionerna. Anteckningarna har gjort det enklare att snabbt hitta likheter och olikheter i beteenden, upplevelser och tankar mellan de olika fokusgrupperna.

4.6. Analysmodell

För att analysera materialet används en tematisk innehållsanalys som går ut på att koda materialet som samskapats med fokusgrupperna, för att identifiera vilka centrala teman som förekommer under intervjuerna (Braun och Clarke, 2006). Vi har delat upp analysen enligt studiens fyra frågeställningar, och utgår från dessa som huvudteman. Tillhörande temana finns underteman, som utgår från vilka ämnen som cirkulerat mest och upplevts av oss som viktigast utifrån vad fokusgrupperna diskuterade under intervjuerna (Wibeck 2010, s. 100). De underteman vi kommit fram till är relevanta på grund av att de svarar till syftet med studien (Braun och Clarke, 2006). Till exempel hur algoritmer och filterbubblor påverkar doomscrolling. Genom analysen synliggörs även skillnader i definition av fenomenet utifrån tidigare forskning jämfört med unga vuxnas upplevelse.

Att använda tematisk innehållsanalys hjälper oss att få en bättre förståelse för vilka upplevelser som är gemensamma och vilka som skiljer sig mellan respondenterna och tidigare forskning. Det hjälper oss även se hur fenomenet påverkar unga vuxna, samt vilka teknologiska aspekter som ligger till grund för doomscrollingbeteendet.

Denna process resulterade i fyra huvudteman, och sju underteman. Att dela upp materialet i teman och underteman gav en tydlig grund för analys och resultat i det fortsatta arbetet. I analys och resultat kunde vi tydligt koppla ihop respondenternas upplevelser med uses and gratificationsteorin och teknologiska affordanser. Det synliggör hur unga vuxna upplever sin medieanvändning i förhållande till doomscrolling som fenomen. Detta resulterade i en allsidig tolkning där respondenternas upplevelse fick störst utrymme, där både personliga erfarenheter och upplevelser synliggjorde för hur doomscrolling upplevs som mediefenomen.

4.7. Forskningsetiska överväganden

Enligt Vetenskapsrådets (2024) riktlinjer har vi informerat samtliga fokusgrupper om studiens syfte, genomförande, hur informationen kommer att behandlas och lagras, samt varje individs rätt att avbryta när som helst under studiens gång, innan, under och efter intervjuerna. Därefter har respondenterna givit sitt frivilliga samtycke genom underskrift av dokument, i enlighet med informations- och samtyckeskravet. För att respondenterna ska förbli anonyma har vi använt fiktiva namn, annan information har anonymiserats eller utelämnats helt. Det enda som består är åldern på respondenterna, samt dess skärmtid.

Ljudfiler och transkriberingsdokument har förvarats så att endast vi studenter samt handledare har tillgång till filerna. Det inspelade materialet och transkriberingen raderas efter avslutat arbete.

5. Resultat och analys

Vi har delat upp resultat och analys i teman enligt frågeställningarna som presenterades i avsnitt 2.1. För varje tema har vi även identifierat underteman utifrån det empiriska materialet, som var återkommande under intervjuerna med fokusgrupperna. Detta kan exempelvis vara fenomen inom doomscrolling, eller specifika funktioner som respondenterna har upplevt, till exempel hur algoritmer påverkar det innehåll som respondenterna ser på sociala medier eller vilka känslor som uppstår till följd av doomscrolling.

5.1. Unga vuxnas definition av begreppet doomscrolling

I detta avsnitt presenteras den skillnad mellan definitionen av doomscrolling enligt tidigare forskning och upplevelsen som unga vuxna har av begreppet och vad fenomenet definieras som enligt respondenterna.

Under samtliga intervjuers inledande skede frågade vi om respondenternas skärmtid, vilka sociala medieplattformar som förekommer mest och vad doomscrolling innebär enligt dem. Respondenternas förståelse av doomscrolling skiljer sig från hur begreppet definieras inom tidigare forskning. Doomscrolling definieras i tidigare forskning som att tvångsmässigt ta del av obehagligt eller negativ information via medier, trots att det är ledsamt eller nedslående och att användaren inte kan sätta stopp för beteendet (Güme, 2024; Sharma, Lee och Johnson, 2022). Sättet som samtliga respondenter använder och tolkar begreppet grundar sig mer i doomscrolling som beteende, snarare än vilken typ av innehåll som konsumeras. Detta kan tolkas som att begreppet *doomscrolling* i unga vuxnas vardagliga språkbruk har breddats och delvis förskjutits från sin initiala definition.

Detta syns i kommentarer som:

> Jag känner att det är när man fastnar, i mitt huvud känns det som när man glömmer bort tiden och scrollar utan att tänka på hur länge man fastnar, man har inget bättre för sig. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

> [...] att man fastnar i ett beteende som man egentligen inte vill ha men att man inte kan göra något åt det. – Vilmer, 26 år (2 timmar skärmtid)

> Är inte det när man bara ligger och man har tusen grejer att göra men man fortsätter scrolla för att få dopaminkickarna. – Isa, 21 år (7,5 timmar skärmtid)

Kommentarer som dessa visar att unga vuxnas upplevelse av doomscrolling inte stämmer överens med tidigare forsknings definition av begreppet. Samtliga av respondenternas definitioner liknade varandra, och slutsatsen är att samtliga uppfattar det som ett beteende som innebär att fastna i scrollandet, oavsett vilken typ av innehåll som användaren tar del av. Eftersom studiens syfte är att fokusera på unga vuxnas upplevelse av doomscrolling är det respondenterna själva som tillskriver fenomenet mening (Kvale och Brinkmann, 2014).

Många respondenter upplever fortfarande fenomenet som tvångsmässigt, att inte kunna sluta scrolla även om en vill sluta. Det har även blivit ett normaliserat beteende, då det är många av respondenterna som upplever att de själva fastnar i doomscrolling. Skillnaden mellan den initiala definitionen och unga vuxnas upplevelse av doomscrolling utgör ett centralt empiriskt resultat.

5.2. Aktivt val eller omedvetet beteende

Här presenteras respondenternas upplevelse av huruvida doomscrolling är ett aktivt val eller ett omedvetet beteende, och när informationssökning övergår till omedvetet doomscrollingbeteende. Det centrala i detta avsnitt är analysen av respondenternas upplevelse av fenomenet doomscrolling utifrån uses and gratifications och ta reda på om de upplever att det är ett aktivt val eller något som sker omedvetet.

5.2.1. Upplevelsen av aktivt val eller omedvetet beteende

Det fanns olika upplevelser av doomscrolling bland respondenterna, där vissa upplevde det som ett aktivt val, exempelvis under naturkatastrofer, kriser, krig och olyckor.

> [---] Annars hamnar jag ofta på tyfonerna som händer i Filippinerna, i samma veva läser man också om korruptionen I landet, och då fastnar jag på mycket sådant. – Liam, 22 år (2 timmar skärmtid)

Andra upplevde doomscrolling som ett omedvetet beteende, och något som “bara händer”, men inte nödvändigtvis i relation till negativt innehåll. Till exempel innan respondenterna ska

gå och lägga sig för att sova, utföra tråkiga sysslor i hemmet eller för att prokrastinera jobb eller studier.

> Det känns som att det går per automatik. Man bara fortsätter och fortsätter, "bara en video till". Att man vill ha mer, bara. – Sigrid, 20 år (5,5 timmar skärmtid)

> Det händer väl bara, jag tänker ju inte "nu ska jag sitta med telefonen i fem timmar och bara kolla TikTok", det är mer "oj, nu har det gått fem timmar, vad har jag gjort med tiden." – Isa, 21 år (7,5 timmar skärmtid)

Detta är ett centralt fynd i det empiriska materialet, och visar en tydlig ambivalens i hur doomscrolling upplevs. Trots det fanns även respondenter som reflekterade över var gränsen mellan aktivt val och omedvetet beteende går, och när beteendet börjar kallas för doomscrolling.

> När jag skulle kalla något för doomscrolling, så är det något som bara händer. Innan är det mer som informationssökande. – Hannes, 28 år (2,5 timmar skärmtid)

Respondenterna beskriver doomscrolling som en gradvis förskjutning från aktivt val till automatiserat beteende, snarare än att det handlar om aktivt eller omedvetet beteende. Flera respondenter beskrev beteendet som att det börjar i ett aktivt val, att man vill veta mer om en situation, som sedan leder till ett automatiserat användande av sociala medier där uppmärksamheten inte längre är fullt närvarande. Uppmärksamheten går från aktiv till passiv, vilket kan tolkas vara en gradvis förskjutning där beteendet blir mer automatiserat och mindre medvetet. Detta kan upplevas som att användaren får mindre kontroll och lättare glömmer bort tiden. Bland dessa upplevelser var det många av respondenterna med mindre skärmtid som upplevde fenomenet som ett aktivt val till en början, medan respondenterna med mer skärmtid ofta beskrev doomscrolling som omedvetet beteende. Detta utgör en tydlig skillnad mellan grupperna.

Denna förskjutning av beteende är ett nyckeltema i materialet. Doomscrolling upplevs enligt respondenterna inte som ett ensidigt tillstånd, utan mer en skala där det finns en gräns där beteendet övergår från aktivt informationssökande till omedveten doomscrolling.

Trots dessa skillnader mellan respondenternas upplevelser och definitionen av doomscrolling, så ser vi ett mönster. Det är att doomscrolling tillfredsställer människors behov, vilket är i linje med Ruggieros (2000) tolkning av uses and gratificationsteorin tillsammans med mer moderna perspektiv på teorin om att människan aktivt använder medier för att fylla individuella behov (Dolan, et al., 2015). I det här fallet handlar det om att hålla sig informerad eller att användaren behöver underhållning. Teorin menar att användaren brukar medier som ett aktivt val, medan respondenterna samtidigt upplever det som något som "bara händer".

Detta sätt att se och uppleva doomscrolling kan också kopplas samman med det Ruggiero (2000) nämner om demassifiering; att användaren har kontroll över mediet och att informationen. Respondenternas erfarenheter visar att denna upplevda kontroll kan vara begränsad, eftersom algoritmer och tekniska element spelar in i användningen och bidrar till att användarens uppmärksamhet i allt högre grad leds av plattformen snarare än aktivt styrs av användaren.

5.2.2. Upplevda orsaker till att hamna i doomscrolling

Fokusgrupperna nämnde flera olika faktorer som kunde få dem att hamna i doomscrolling-beteendet. Flera respondenter nämnde att de doomscrollar i väntan på något, eller när de prokrastinerar vardagssysslor såsom studier och matlagning, samt att de doomscrollar när de är uttråkade. Detta speglar hur ungdomar och unga vuxna använder digitala medier för att fly från negativa känslor (Folkhälsomyndigheten, 2024). Att doomscrolling är en metod för respondenterna att fly från verkligheten och dess måsten. Detta kan förstås som situationsbundna tillfällen som möjliggör för doomscrollingbeteende, som upplevs av respondenterna som tomrum i vardagen som doomscrolling i sin tur fyller med innehåll och själva aktiviteten att scrolla.

Det syns i upplevelser och kommentarer som:

> [...] innan man ska göra någonting, typ att laga mat, då kan jag fastna. Innan man ska göra något lite jobbigare, då kan jag fastna i det. – Sigrid, 20 år (5,5 timmar skärmtid)

> När jag scrollar är det ofta för att jag sitter och väntar på något annat. – Liam, 22 år (2 timmar skärmtid)

Som tidigare nämnt lyfte vissa fokusgrupper informationssökande som en orsak till doomscrolling. Detta hör ihop med den tidigare forskningens definition av fenomenet (Güme, 2024; Sharma, Lee och Johnson, 2022). Att hamna i doomscrolling med innehåll rörande tyfonerna i Filippinerna kan uppfattas som ett mer traditionellt exempel, medan en annan typ av negativt innehåll som vissa respondenter lyfte var doomscrolling av reality shows och kändisdraman. Oavsett om det handlade om att fastna i naturkatastrofer eller ett kändispar som gjort slut, fanns en nyfikenhet kring ämnet och ett behov av att söka information om det. Mellan fokusgrupperna så upplevde de med mer skärmtid att de ofta fastnar i många olika typer av innehåll, medan grupperna med mindre skärmtid inte upplevde detta i samma grad.

Vidare lyfts även hur det skapas memes och underhållande innehåll om allvarliga situationer såsom politiska beslut, och att de i sig drar uppmärksamhet som gör att man fastnar.

> På TikTok när man följder nyheter och så fastnar man bara. Eller reality shows, där fastnar jag också, skvaller. – Linnea, 22 år (15 timmar skärmtid)

> Det är ju samma när det är något kändispar som har gjort slut, och man undrar vad som händer. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Några av fokusgrupperna lyfte även hur man fastnar i “rabbit holes”; något som respondenterna beskriver som att slumpmässigt ramla in på ett ämne och sedan slukas upp av det, utan att vara uppmärksam på tiden. Även detta beskriver respondenterna som ett tvångsmässigt beteende. De förklarar att deras agerande “spårar ur” och att de inte längre kan kontrollera vad de gör när de hamnar i denna typ av medieanvändning. Dessa “rabbit holes” kan förstås som extrema former av doomscrolling, där innehållet som algoritmerna tar fram kan leda användaren bort från dess initiala intention med användningen av plattformen.

Exempel på detta kan vi se i kommentarer som:

> Det börjar med en händelse, och sen spårar det och man inser att detta bara är en händelse av tusen händelser, du kan läsa på om alla och utbilda dig om systematisk rasism och “black history” och allt möjligt. – Vilmer, 26 år (2 timmar skärmtid)

> Jag hamnade I ett riktigt hål i förrgår och jag fick upp nåt om disneyland, och det var en disneyvåffla, och då kom det en blue comment om disney

> food och jag satt och scrollade i en och en halv timme på folk som bara åt disney food tills jag somnade. – Anna, 21 år (7 timmar skärmtid)

Citaten ovan visar på tvångsmässiga beteenden. Trots att en av respondenterna inte tar del av tydligt negativt innehåll kan det ändå uppfattas som ett negativt beteende då respondenterna upplever att de tappar kontroll över situationen, men visar även nyupptäckta behov och intressen hos användaren. Alltså handlar det inte alltid om innehållet som användaren tar del av, utan att även beteendet upplevs som tvångsmässigt.

Även här såg vi en distinkt skillnad mellan foksugrupperna, där grupperna med mer skärmtid tog upp fenomen som "rabbit holes" mer under intervjuernas gång, och klart och tydligt kunde berätta om dessa situationer som upplevs som nöje trots sin negativa påverkan. Fokusgrupperna med mindre skärmtid tog upp exempel som var mer kopplade till katastrofer eller händelser i världen, och att det upplevdes som informationssökande och nödvändigt.

5.3. Vilka behov tillfredsställs?

I detta avsnitt presenteras respondenternas upplevelse av vilka behov som tillfredsställs av doomscrolling, i linje med uses and gratifications teorin.

5.3.1. Känslor och behov som grundar och påverkar doomscrolling

Flertalet av fokusgrupperna tog upp att doomscrolling kan hämma tristess. Som nämnt beskrev flera respondenter att de doomscrollar när de väntar på något, vid tråkiga sysslor eller när de prokrastinerar till exempel studier eller arbete. Dessa är behov som tillfredsställs genom fenomenet, vilket är i linje med vad Ruggiero (2000), Dolan et al. (2015) och Menons (2021) perspektiv om att medier är något människor använder för att tillfredsställa sina behov.

Samtidigt som doomscrolling tillfredsställer behov som tristess eller tidsfördriv, så skapas andra känslor till följd av beteendet. Flertalet respondenter upplever att doomscrolling ökar känslor som oro och nyfikenhet.

> Man kollar på hemska videor när det händer något, för man undrar vad som hänt och sen kollar man vidare. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

De positiva aspekterna med doomscrolling kom på tal när diskussionen vände mot vilken typ av innehåll användaren tar del av när man doomscrollar, vilket också går tillbaka till tidigare forsknings initiala definition. Ett tydligt mönster var när kriser, katastrofer eller olyckor sker, och att människor söker att tillfredsställa behov som informationssökning, för att få veta mer om en situation. Flera av respondenterna berättar om att det kan vara till fördel när det sker oroväckande händelser i världen.

> Orolig, typ med bussolyckan i Stockholm. [---] Då ville jag veta vad som hade hänt med busschauffören. – Linnea, 22 år (15 timmar skärmtid)

För samtliga fokusgrupper upplevs doomscrolling fylla behov som informationssökning eller nöje, för att man vill veta mer. Samtidigt uppgav flera av respondenterna att det också skapar andra känslor till följd av beteendet. Det kan börja med att man söker information om en situation, vare sig det handlar om en olycka eller en situation som rör kändisar. Majoriteten uppger att ämnet som undersöks, tillsammans med behovet, skapar oförutsägbara känslor.

Respondenterna upplever det som:

> Det beror på vad man har sett, ser man något glatt så känner man glädje, ser man något ledsamt så känner man sig väl ledsen. – Sara, 21 år (7 timmar skärmtid)

> Man kan vara medveten om det man söker, men omedveten om det man ser. När man väl ser något så är det så fruktansvärt att man inte heller kan sluta scrolla, på grund av medmänsklighet eller att man blir så ledsen och inte kan sluta tänka på det. Man fastnar i det man ser, och lider i medmänsklighet. – Liam, 22 år (2 timmar skärmtid)

> Ilska. Om man fastnar i ett flöde med bara hemska videor från Gaza, såklart blir jag arg och irriterad [...]. – Sigrid, 20 år (5,5 timmar skärmtid)

Flera respondenter återkommer till hur de känslomässigt påverkas av doomscrolling. Majoriteten hade negativa känslomässiga aspekter att lyfta fram. Detta speglar det som Kaya (2025) nämner om sambandet mellan sociala medier, doomscrolling och negativ psykisk påverkan. Många känslor som oro, nyfikenhet, ilska skapas. Dels på grund av innehållet som respondenterna tar del av, vilket stämmer överens med det som Akat och Hamarta (2025) har visat i tidigare forskning. Dessa negativa aspekter visar även tydligt hur unga vuxna upplever

fenomen som doomscrolling och kan tolkas som en process som genererar reaktioner som i sin tur förstärker doomscrollingbeteendet.

De fokusgrupper med mindre skärmtid upplevde att negativa känslor var uppenbara kopplat till skärmtid och doomscrolling, medan grupperna med mer skärmtid inte hade samma klara bild. Detta kan kopplas till hur avtrubbad användaren blir av att spendera många timmar framför skärmen varje dag, där olika typer av innehåll visas. Den negativa påverkan blir inte lika uppenbar, eftersom det positiva och nöjes-mässiga tar över. Det blir mer naturligt *att* scrolla, än att *inte* scrolla.

Samtidigt som många upplever en negativ påverkan till följd av doomscrolling, fanns det även respondenter som hade positiva upplevelser. Flera tyckte att det kan tillfredsställa behovet av kunskap, och att kunskapen blir mer lättillgänglig för alla genom sociala medieplattformar. Vissa upplever även att det är rent nöje att doomscrolla, att man kan hitta nya intressen och fylla den sortens behov.

> Det kan faktiskt vara jättekul. Speciellt om man hamnar i ett träsk som man är jätteintresserad av. Man får dopaminkickar, det är spännande. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

> Man är underhållen, man kanske upptäcker något nytt som man är intresserad av. – Lina, 22 år (2 timmar skärmtid)

Utifrån uses and gratificationsteorin (Ruggiero, 2000; Dolan et al., 2015) blir det tydligt att respondenterna upplever att många behov tillfredsställs genom doomscrolling. Främst fylls behov som informationssökning och tristess. Samtidigt ser vi även positiva aspekter med doomscrolling. Till exempel att det är ett nöje och kan vara underhållande, vilket skiljer sig från det övervägande negativa perspektivet på fenomenet som visats i tidigare forskning (Akat och Hamarta, 2025; Güme, 2024).

Det var tydligt att grupperna med mer skärmtid upplevde doomscrolling som något roligt och tillfredsställande för tristess. De talade om dopaminkickar och att man får ut många positiva aspekter som recept, tränings- eller städtips. Några respondenter med mindre skärmtid upplevde också dessa dopaminkickar, medan andra såg det som en fälla för att fastna djupare i doomscrollingen, exempelvis genom “rabbit holes” som nämnt tidigare.

Skillnaden i att respondenterna upplever både negativa och positiva aspekter med doomscrolling som fenomen kan bero på vilka behov de söker att tillfredsställa samt hur de förstår och upplever fenomenet. Enligt Güme (2024) och Mary (2025) är det naturligt att människor söker information i oroliga tider, som under katastrofer och kriser, eftersom det uppstår känslor kopplat till det. Samtidigt använder respondenterna sociala medier för att hålla sig uppdaterade om vad som händer runt om, eller att söka information i utbildande syfte. Respondenternas upplevelser nyanserar den tidigare forskningen som i huvudsak tar upp doomscrolling som något negativt, genom att synliggöra positiva och meningsskapande aspekter med fenomenet.

Det är också viktigt att se att det inte handlar om antingen positiva eller negativa känslor och behov som uppstår och påverkas av doomscrolling, utan att det är ambivalenta känslor (Mary, 2025). Att doomscrolling ses som ett ambivalent fenomen är centralt i det empiriska materialet. Till exempel kan tryggheten användaren får av informationssökning också skapa oro, stress och en känsla av maktlöshet. Enligt majoriteten av respondenternas upplevelser är sökandet efter information något som sker aktivt, men att påföljden är omedveten.

5.4. Tekniska och designmässiga element

Detta avsnitt behandlar hur unga vuxna upplever tekniska och designmässiga element i appar i relation till doomscrolling.

5.4.1. Utmärkande affordanser – infinite scroll, blue comment och korta videoformat

I materialet såg vi ett tydligt mönster där samtliga grupper tog upp olika typer av affordanser som finns på sociala medieplattformar, och att det påverkar deras användning. Mestadels förekommer funktionella affordanser som *infinite scroll* funktionen på samtliga sociala medieplattformar, “blue comment”, att direkt hamna på “för dig”-flödet på TikTok, och korta videoformat som påverkar upplevelsen (Stanfill, 2014). Respondenternas beskrivningar av deras upplevelser visar att affordanser inte endast fungerar som neutrala funktioner, utan som funktioner som skapar struktur och villkor för användaren.

Många respondenter med mindre skärmtid upplevde en stor skillnad i deras beteende på plattformar före och efter den funktionella affordansen *infinite scroll* kom:

> [...] jag kommer ihåg när jag först skaffade Instagram så fanns det inga shorts, och sen tog innehållet slut efter man hade scrollat igenom det innehåll som fanns sedan senast man var inne i appen. Nu fortsätter det i all oändlighet, det tror jag är mest ödeläggande. – Hannes, 28 år (2,5 timmar skärmtid)

> Det finns inget slut, man kan bara scrolla och scrolla i all oändlighet. Så minns jag inte att det var förut, på typ Instagram för 10 år sedan. Då kunde man scrolla i sitt flöde och sedan tog det slut. – Wilma, 21 år (2 timmar skärmtid)

Respondenterna menar att det nu för tiden matas in mer och mer innehåll i flödet, utifrån relevans istället för kronologi. Samt att om det är något som inte är relevant för algoritmen visas det innehållet flera dagar senare, även om innehållet kommer från en kompis eller familjemedlem. Det kan kopplas till Salles (2025) och De et al. (2025) argument om hur algoritmerna rekommenderar innehåll för att fånga användarens uppmärksamhet under så lång tid som möjligt. Infinite scroll upplevs av respondenterna som en utstickande affordans, att de tappar kontroll och inte har ett aktivt val att sluta scrolla.

Majoriteten av respondenterna använde TikTok i första hand, och tog upp bland annat "blue comment"-funktionen som innebär att kommentarer eller delar av kommentarer på TikTok blåmarkeras och fungerar som en länk för att klicka sig vidare till liknande ämnen. Några respondenter lyfte även "search bar"-funktionen på TikTok. De beskrev det som en redan färdigformulerad ofta ställd fråga relaterad till den aktuella videon, som även agerar som en länk för att klicka sig vidare till det ämnet, utan att behöva skriva och söka själv.

> [...] på TikTok kan man alltid klicka på förslag, man kan klicka vidare så jäkla lätt och hitta fler videor om samma sak. Det finns egentligen inget slut. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Respondenternas upplevelse av dessa funktioner stämmer överens med vad Stanfill (2014) tar upp om funktionella affordansers sätt att utöva makt över användaren, genom designens utformning som skapar ett antagande för vilka handlingar som ska utföras. Man kan även se spår av de kognitiva affordanserna genom "blue comment" och "search bar" funktionerna, då det som guidar användaren vidare på plattformen är anpassat för den specifika användaren. Affordanser som "blue comment" och "search bar" funktionerna på TikTok kan tolkas som en

förlängning av scrollandet, eftersom det leder användaren vidare i flödet eller in på nya flöden. Det sänker tröskeln för fortsatt användning och därmed möjliggör det för doomscrollingbeteendet.

De sensoriska affordanser som Stanfill (2014) tar upp liknar också det som respondenterna upplever. Bland annat de korta videoformat som förekommer på plattformarna, samt att man hamnar direkt på "för dig"-flödet på TikTok. Detta underlättar för användaren att ta del av innehåll och lättare fastna i doomscrolling.

> I TikTok-appen kommer man till for you page direkt, direkt in i flödet, och så är det bara att fortsätta scrolla. – Lina, 22 år (7 timmar skärmtid)

Respondenterna uppger att dessa typer av affordanser med korta videor, att man direkt hamnar i flödet med infinite scroll och att sökord ändras utifrån användarens mönster på plattformen. Det påverkar deras doomscrollingbeteende i hög grad och ifrågasätter ifall doomscrolling hade sett likadant ut om dessa affordanser inte förekom.

Hos respondenterna med mer skärmtid upplevdes dessa affordanser som något positivt. Det kunde ge mer information om en situation eller leda en vidare till fler underhållande innehåll. Många av respondenterna med mindre skärmtid upplevde detta som något negativt, och såg förbi funktionerna och synliggjorde de bakomliggande maktstrukturer som företagen använder sig av för att hålla kvar uppmärksamheten. Detta upplevs även leda till ökad skärmtid, enligt fokusgrupperna med mindre än sex timmar skärmtid.

Detta väcker frågan om doomscrolling bör förstås som ett fenomen som enbart rör användarens beteende eller om det är ett större fenomen som förstärks av plattformarnas utformning och design.

5.4.2. Beroendeframkallande

Ett genomgående mönster i materialet är att det finns en upplevelse att doomscrolling och sociala medier är beroendeframkallande på grund av hur plattformarna är designade och vilka affordanser som förekommer. Många respondenter uppger att de ofta scrollar och glömmer bort tiden, eller att scrollandet sker automatiskt när man väntar på något, som vi har varit inne på under avsnitt 5.2.1. om doomscrolling som aktivt val eller omedvetet beteende. Detta kan bero på användarens vanor och rutiner. Exempel på vad respondenterna upplever som beroendeframkallande kan vara de affordanser som nämnts i föregående avsnitt. Till exempel

“infinite scroll”, “blue comment”, “search bar”, samt att man hamnar direkt på “för dig”-flödet när man öppnar TikTok-appen. Dessa affordanser bör tolkas och förstås som användarens förlust av kontroll vid sociala medieanvändning.

Flera respondenter upplevde att den funktionella affordansen med korta videoformat skapar ett behov av att vilja ha mer information och innehåll på grund av oförutsägbarheten i vilket innehåll som ska komma i nästa video. Det korta videoformatet gör också att respondenterna upplever ett kortare uppmärksamhetsspann. Detta försvårar för mottagandet av andra typer av innehåll. Samtliga av dessa affordanser påverkar användaren och skapar ett beteende som kan upplevas som ett beroende, vilket stämmer överens med Lora et al.s (2025) begrepp om partiell förstärkning, personalisering och beroendeframkallande design.

> Jag väljer hellre att sitta och scrolla på TikTok än att se en film eller kolla på YouTube. [...] För mitt koncentrationsspann är ganska kort, och videorna är kortare än vad en film är, det är lättare att koncentrera sig då. – Linnea, 22 år (15 timmar skärmtid)

Vi kan se en likhet i respondenternas upplevelse av att doomscrolling är beroendeframkallande, med vad Akat och Hamarta (2025) kommit fram till i tidigare forskning om att sociala medierberoende och doomscrolling ofta är beroende av varandra.

Den största skillnaden vi sett i materialet är att vissa respondenter i fokusgrupperna med mindre än sex timmar skärmtid per dag har vidtagit åtgärder för att bryta mönstret som upplevs som beroende. Till exempel hade några av respondenterna provat att använda en knapptelefon istället för en smartphone för att begränsa sitt sociala medieanvändande och därmed minska doomscrolling. En annan åtgärd var att ta bort sociala medieappar som respondenterna upplevde som skadliga och främjar beroendet, samt att helt enkelt intressera sig för andra aktiviteter som inte har med skärmtid att göra.

> Ta bort! Det är den enda strategin som har fungerat hittills. – Vilmer, 26 år (2 timmar skärmtid)

Dock upplevde de som provat att byta till en knapptelefon att det var svårt att upprätthålla det sociala livet och samhällets digitaliserade system som finns, exempelvis att det krävs appar för att logga in, appar för att använda sig av lokaltrafiken eller se sitt schema.

> Det gick ändå inte att använda den [knapptelefonen], för att allt är digitaliserat. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

> Annars tycker jag om att göra något kreativt som tar tid. Då kan jag hålla på i två dygn utan att gå in på ett enda sociala media. – Hannes, 28 år (2,5 timmar skärmtid)

Respondenternas upplevelse och strategier för att motverka beroendet av doomscrolling och sociala medier överensstämmer med det Güme (2024) tar upp i tidigare forskning om strategier för att förebygga beroendet. Dock bör dessa strategier och åtgärder som respondenterna beskriver inte enbart ses som en lösning på ett problem, utan även som motstånd mot affordanserna som gör att användaren tappar kontroll över sitt beteende. Detta kan i sin tur upplevas som ett beroende av doomscrolling och sociala medieanvändning. För vissa av respondenterna upplevs detta beroende så grovt att det liknas till ett självskadebeteende, att de fastnar i en ond cirkel.

> Man känner sig verkligen dålig, men man gör inget åt det, man sitter bara där. – Anna, 21 år (7 timmar skärmtid)

När vi frågade respondenterna i fokusgrupperna med mer än sex timmar skärmtid om de vidtagit några åtgärder för att minska sin skärmtid och doomscrolling, så var det få som hade reflekterat över detta och upplevde att deras skärmtid inte var något problem i varadgen, trots att doomscrolling skapar negativa känslor. Detta kan tolkas som en koppling till sociala medierberoende (Akat & Hamarta, 2025; Folkhälsomyndigheten, 2024). Men det kan också tolkas som en följd av de olika affordanserna på plattformarna. Företagen vill inte att användaren ska sluta scrolla, och skapar funktioner som gör att användaren stannar kvar så länge som möjligt.

Denna passivitet som skapas på grund av doomscrolling upplevs som okontrollerbar och övertagande av respondenterna. Dopaminet som utvinns från innehållet i sociala mediers flöden är något som skapar ett behov av mer innehåll.

> Mycket dopaminkickar, vid varje video får man nytt innehåll. Det är klart det är beroendeframkallande. Det är därför folk snusar och dricker alkohol, för att dopamin är beroendeframkallande. [---] Det är klart att det funkar på sociala medier också. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Att man fastnar i den onda cirkeln stämmer överens med vad Meinhardt et al. (2025) säger, eftersom företagen bakom plattformarna gör allt för att hålla kvar användarens uppmärksamhet och för att användaren ska få ut mer dopamin från användandet. De funktionella affordanserna, främst korta videoformat och "infinite scroll", bidrar till Lora et al.s (2025) begrepp partiell förstärkning där användaren aldrig vet vilket innehåll som visas härnäst vilket bidrar till beroendet genom dopaminkickar.

Sammanfattningsvis så leder beteendet som doomscrolling för med sig en ond cirkel där ökat dopamin leder till ökad användning, följt av negativa känslor som i sin tur leder till ytterligare behov av distraktion.

5.4.3. Algoritmer och filterbubblor

Flertalet respondenter tog även upp att algoritmerna anpassar sig efter beteenden på sociala medier, och vissa upplevde till och med att de själva kunde påverka algoritmen på olika sätt. Bl.a. att gå ut från appen för att inte få ett visst innehåll i flödet.

> [...] jag fick tipset på TikTok för någon som ville visa hur man får mindre reklam. Får man upp en reklamvideo, och går ur appen, tar bort den och sedan går in i den igen så ska man få mindre reklam efter ett tag. Jag började använda det på sådana videos som var negativa nyheter. [...] Då förstår algoritmen att "okej, hon vill inte kolla på sådana videor, nu måste vi ändra algoritmen så hon stannar kvar i appen." – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Vissa upplevde att innehåll som mottas genom direktmeddelanden från kompisar kan påverka ens egen algoritm genom att den visar mer av den typen av innehåll i flödet hädanefter. Många upplever att man blir påtvingad innehåll man egentligen inte vill se.

> Ja, det kan vara att jag får en Tiktok av Emanuel som jag inte tycker är rolig, och då får jag massa mer sånt. Det är en specifik video [...] som Emanuel skickar och jag blir inte av med den. – Linnea, 22 år (15 timmar skärmtid)

Salles (2025) menar att algoritmiska rekommendationssystem är en av orsakerna till doomscrolling, vilket kan kopplas till hur några av studiens respondenter förhåller sig till

algoritmer och försöker förändra dem för att inte behöva konsumera innehåll de inte vill ta del av, samt undvika att fastna i negativa flöden. Detta kan även kopplas samman med vad Ruggiero (2000) menar med interaktivitet på sociala medier, att användaren har möjlighet att påverka innehållet de tar del av.

Samtliga fokusgrupper tog upp filterbubblor i innehållet, att man endast får se en vinkel av ett visst ämne. Filterbubblor gör att man som användare stannar kvar längre och engagerar sig mer på plattformar vilket gynnar dem (De et al. 2025).

> Jag har ett bra exempel som gäller politik, till exempel, om jag älskar Vänsterpartiet, då får jag bara upp bra grejer om Vänsterpartiet, men då kanske jag inte får en större helhetsbild av det politiska spektrat. – Emanuel, 22 år (6 timmar skärmtid)

Här hade samtliga fokusgrupper ett liknande perspektiv, då alla grupper pratade om algoritmer och filterbubblor som en följd av användarbeteenden. Filterbubblor kan därför förstås som en affordans som inte bara begränsar användarens perspektiv, utan även ökar doomscrollingbeteendet genom att konstant visa den typen av innehåll som användaren vill se. När detta sker stärks även användarens engagemang på plattformen. Detta synliggör en maktrelation, där användaren upplever att hen har makt över sitt användande och vilket innehåll som visas, men att plattformen egentligen styrs av algoritmer.

Filterbubblor är något som upplevts av samtliga respondenter, men lyftes oftare hos grupperna med mer skärmtid. Några upplevde det som något positivt, för att man får ta del av individanpassat innehåll. Andra upplevde det som förhindrande i utvecklingen av ett bredare samhällsperspektiv. I grupperna med mindre skärmtid upplevdes filterbubblor som något negativt, att det påverkar samhällsperspektivet.

5.4.4. Skillnader mellan plattformar

Ett centralt tema i materialet var att respondenterna upplevde en skillnad i algoritmerna på de olika sociala medieplattformarna. TikToks algoritm upplevs som mest underhållande på grund av att innehållet anpassar sig till exakt vad man vill få upp och att man inte får se något av det man inte är intresserad av.

> Jag får inte ens upp videor som är något annat innehåll än det jag brukar kolla på. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Respondenterna upplevde att TikTok var mest underhållande samtidigt som det är plattformen som alla upplever att de har lättast att fastna i, till skillnad från andra plattformar som Instagram, Facebook och YouTube, specifikt de funktioner som visar korta videoformat. Vi kunde även se en skillnad mellan fokusgrupperna, där de med mer skärmtid fokuserade mer på hur underhållande plattformarna är, medan de med mindre skärmtid tog upp hur det påverkar den mentala hälsan och uppmärksamheten.

> TikTok var absolut roligast och därför också farligast. – Vilmer, 26 år (2 timmar skärmtid)

> Instagram är inte lika kul, då får man upp grejer som lades upp i typ juni, så det är inte lika lätt att doomscrolla där för det kan vara "cringe" att råka likea något från ett halvår sedan. – Isa, 22 år (7,5 timmar skärmtid)

Instagram upplevs inte lika snabbt som TikTok, rent innehållsmässigt. Instagram tolkas som mer personligt enligt respondenterna, där flertalet upplever att man har mer kontakt med vänner och familjemedlemmar jämfört med TikTok där algoritmen enbart visar underhållande innehåll och inte lika mycket personligt. Samtidigt upplevs inte algoritmer lika tydligt i appar som används mer sällan.

> TikTok är högst upp, Instagram kommer sen i hur mycket algoritmen påverkar. Facebook tycker inte jag att det [innehållet] påverkas så mycket alls. – Isabella, 22 år (2 timmar skärmtid)

Eftersom flera av respondenterna är universitetsstudenter eller är intresserade av ämnet, så ser vi också ett tema i materialet. Det finns en förståelse och upplevelse av att det finns ett kapitalistiskt tänk bakom apparna, att användaren är produkten eftersom man både konsumerar och producerar innehåll på plattformarna. Plattformarna är företag som kämpar om användarens uppmärksamhet, och det är denna uppmärksamhet som algoritmerna byggs upp från. Plattformen som har fångat in mest uppmärksamhet genom algoritmen, kommer därför att användas mest. Detta kan även kopplas till Ruggieros (2000) begrepp om interaktivitet, demassifiering och asynkronitet som berör hur användaren påverkar och påverkas av sociala medier, samt att innehållet är riktat mot användaren och inte massan för

att behålla deras uppmärksamhet. Användarens tid och engagemang är det som plattformen och företagen vinner på i längden.

De et al. (2025) tar upp hur algoritmerna är designade för att maximera användarens engagemang och skärmtid, vilket stämmer överens med respondenternas upplevelse av vad algoritmerna gör och hur de påverkar dem. Lora et al.s (2025) tre faktorer partiell förstärkning, personalisering och beroendeframkallande design syns i hur respondenterna diskuterar och pratar om algoritmernas och affordansernas påverkan på användningen av sociala medier och fenomenet doomscrolling. Allt detta håller kvar användaren längre, och flera användare påverkas omedvetet av detta medan andra ser igenom plattformarnas agendor.

6. Diskussion

Detta kapitel syftar till att diskutera studiens huvudsakliga resultat i samband med tidigare forskning och studiens teoretiska ramverk: uses and gratifications och affordanser. Diskussionen sätter studiens resultat i ett större sammanhang och problematiserar dem ur ett större samhällsperspektiv.

6.1. Slutsats

Syftet med denna studie var att skapa en djupare förståelse för hur unga vuxna i 20-28 års ålder upplever sin medieanvändning i förhållande till fenomenet doomscrolling. Detta gjordes genom kvalitativa semistrukturerade intervjuer i fokusgrupper. Genom att analysera det empiriska materialet utifrån uses and gratificationsteorin (Ruggiero, 2000; Dolan et al., 2015 & Menon, 2021) samt teknologiska affordanser på sociala medieplattformar (Stanfill, 2014) har en djupgående och nyanserad bild av unga vuxnas upplevelse av doomscrolling tagits fram.

Studiens resultat visar att unga vuxnas upplevelse på flera sätt skiljer sig från hur fenomenet definieras i tidigare forskning. Respondenterna beskriver doomscrolling utifrån upplevelsen av ett beteende där man fastnar i scrollandet på sociala medieplattformar, snarare än att man konsumerar specifikt negativt innehåll. Detta är ett viktigt empiriskt fynd i studien, då doomscrolling inte enbart bör definieras utifrån den typ av innehåll som konsumeras, utan även som ett normaliserat och tvångsmässigt mönster i användningen på sociala medier.

Resultaten visar även att respondenterna upplever att doomscrolling kan vara både ett aktivt val och ett omedvetet beteende, men att gränsen mellan de två är svår att avgöra. Inledningsvis är det ett intentionellt syfte, exempelvis informationssökning eller underhållning, som gradvis övergår i ett automatiserat beteende. Till exempel att glömma bort tiden medan man scrollar; uppmärksamheten blir passiv. Vi såg även en skillnad mellan fokusgruppernas skärmtid, huruvida man upplever fenomenet som aktivt eller omedvetet. Detta nyanserar uses and gratificationsteorin, då användaren aktivt tillfredsställer sina behov men samtidigt upplever en minskad mängd kontroll över sitt beteende på grund av tekniska och designmässiga element.

De behov som doomscrolling fyller uppger respondenterna i huvudsak är informationssökning, nöje och att motverka tristess, men att dessa behov även skapar ambivalenta känslor till följd av scrollandet. Tryggheten i att hålla sig informerad kan även samexistera med känslor som oro, stress och maktlöshet. Detta visar att doomscrolling inte enbart leder till negativ eller positiv påverkan utan snarare blir en karta av känslor som påverkas av både innehållet och användarens avsikt med deras medieanvändning.

Studiens resultat visar även att teknologiska och designmässiga element har stor påverkan på användarens upplevelse av doomscrolling. Funktioner som "infinite scroll", "blue comment", "för dig"-flödet, de korta videoformaten och algoritmiska rekommendationer bidrar till saknaden av reflektion i det egna användandet av medier. Respondenternas upplevelser stärker den tidigare forskningen som menar att affordanser är designade för att maximera engagemang och skärmtid, vilket ytterligare komplicerar frågan om vem som bär ansvar över fenomenets negativa aspekter och påverkan på användarens självkontroll i relation till doomscrolling.

Effekterna som algoritmerna har på användarna är ibland osynlig, då vissa respondenter med mer skärmtid upplever att de hamnar i filterbubblor som visar ett ensidigt innehåll som upplevs som styrande eller påtvingat. Andra respondenter upplever att de kan ändra sin algoritm genom vissa beteenden och strategier. Detta belyser en spänning mellan en upplevd frihet att bestämma över vilket innehåll som visas och faktiskt algoritmisk påverkan, vilket försvårar frågan om ansvar och självkontroll. Även här kunde vi se skillnad mellan respondenterna, beroende på deras skärmtid.

Skillnaden mellan sociala medieplattformar, särskilt TikTok, förstärker bilden av doomscrolling som ett plattformsspecifikt fenomen. Många av respondenterna upplever doomscrolling i större utsträckning på TikTok och Instagram än Facebook eller YouTube. Grunden till detta upplevs vara personalisering av innehåll, snabbt innehåll och korta videoformat. Utifrån detta kan slutsatsen dras att doomscrolling inte är ett generellt mediefenomen, utan upplevs förekomma mer specifikt på vissa sociala medieplattformar på grund av dess tekniska utformning och algoritmiska logik. Dessutom påverkar mängden skärmtid dessa algoritmer, och upplevs olika av användare med olika mycket skärmtid.

Sammanfattningsvis visar studien att unga vuxnas upplevelse av doomscrolling är ett komplext, mångsidigt och kontextberoende fenomen där individuella behov, känslomässiga

reaktioner och teknologiska aspekter samverkar. Studien bidrar med respondenternas perspektiv på doomscrolling och framhäver vikten av att skapa en djupare förståelse för fenomenet utifrån ett medie- och kommunikationsvetenskapligt perspektiv med fokus på individuella erfarenheter och plattformarnas tekniska element.

6.2. Reflektion kring resultaten

Denna studie visar att doomscrolling är ett komplext fenomen som påverkar unga vuxnas vardag på olika sätt och över tid skiftat betydelse hos användare. En betydande reflektion är att studiens resultat både förstärker och har andra perspektiv i jämförelse med tidigare forskning.

Tidigare studier som genomförts, exempelvis Güme (2024) och Sharma, Lee och Johnson (2022) har en väldigt stark definition om vad doomscrolling faktiskt är; att tvångsmässigt ta del av obehaglig eller negativ information via medier, trots att det är ledsamt eller nedslående och att användaren inte kan sätta stopp för beteendet. Däremot visar denna studie som nämnt att våra respondenter inte alls hade samma uppfattning av fenomenet, deras definition fokuserar mer på det kompulsiva scrollandet, inte innehållet som konsumeras.

Vidare speglar resultatet hur teorierna uses and gratifications och affordanser samverkar rent praktiskt. Doomscrolling drivs av både behov (Ruggiero, 2000) och affordanser (Stanfill, 2014), och intervjumetoden hjälper oss att förstå hur unga vuxna faktiskt upplever det.

I analysen och resultatet märkte vi även att vissa områden var överlappande, exempelvis att doomscrolling är ett beteende som övergår från aktivt val till automatiserat beteende vilket också är något som plattformarnas tekniska element och algoritmer bidrar med. Även känslor och behov är ett överlappande område, där behov tillfredsställs men genererar en motsägelsefull känsla till följd. Respondenter uppger även att det finns en beroendeframkallande aspekt i doomscrolling, där de tekniska elementen ökar risken för ett beroende samtidigt som användaren är medveten om att det är svårt att sluta scrolla.

En central reflektion är därför att doomscrolling inte endast kan ses som ett ensidigt psykologiskt fenomen som påverkar unga vuxna på ett negativt sätt, utan att det finns många sidor att utforska individuellt för att få en djupare förståelse för fenomenet och dess påverkan, positivt som negativt. Det bör förstås som en konsekvens till plattformarnas uppbyggnad och

hur de intentionellt vill hålla kvar användarens uppmärksamhet så länge som möjligt, vilket är ett perspektiv på problemet som bör tas hänsyn till.

Samtidigt bör vi vara medvetna om urvalet respondenter för denna studie. Eftersom studien består av 12 personer i åldern 20-28 år så är det ett begränsat perspektiv på fenomenet. Dessutom var vissa av respondenterna universitetsstudenter, och andra intresserade i ämnet, vilket även påverkar upplevelsen och därmed studiens resultat. Upplevelsen av doomscrolling kan därför skilja sig vid undersökningar av andra grupper, till exempel vuxna över 40 år, eller hos en grupp som inte är pålästa om ämnet doomscrolling.

Trots begränsningarna som denna studie har så bidrar den ändå med en djupare förståelse för det upplevda fenomenet doomscrolling och hur unga vuxna förhåller sig till det. Resultaten visar att unga vuxna inte upplever doomscrolling som tidigare forskning har definierat begreppet, utan upplever det mer som ett automatiserat beteende än vilken typ av innehåll som konsumeras. Detta öppnar upp för vidare överväganden om hur sociala medieplattformar rent tekniskt påverkar användaren i liknande fenomen och dess psykologiska påverkan.

6.3. Förslag på vidare forskning

Det finns flera möjliga riktningar för framtida forskning om doomscrolling och sociala medieanvändning utifrån denna studie.

Ett förslag hade varit att göra liknande studier kopplade till specifika plattformar. Tiktok var en central plattform i denna studie, men det hade varit intressant att göra en mer djupgående studie på hur doomscrolling och användarbeteende skiljer sig mellan olika plattformar. En teknografisk analys hade också varit lämplig, då man hade kunnat jämföra olika affordanser och funktioner hos plattformar och hur dessa eventuellt påverkar doomscrolling på olika sätt.

Det hade också varit intressant att vidare studera vilka strategier användarna har för att minska sitt doomscrollingbeteende och/eller social medieanvändning, samt vad dessa strategier ger för resultat. Det är något som berörts i denna studie, men det hade varit särskilt intressant att fördjupa sig inom och forska vidare på.

Ytterligare förslag på vidare forskning är att göra en liknande studie hos en annan målgrupp. Majoriteten av de studier som genomförs inom detta ämne riktar sig till ungdomar, mer specifikt tonåringar. Att göra denna studie på äldre målgrupper hade kunnat ge helt andra

resultat, och att jämföra olika målgruppers doomscrolling och användarbeteende hade även varit intressant forskning.

I och med att denna studie gav ett nytt perspektiv på doomscrolling genom respondenternas definition, hade man även kunnat göra studier på om det finns fler definitioner av begreppet som inte lyfts än.

Källförteckning

Akat, M. & Hamarta, E. (2025). Doomscrolling and social media addiction in adolescents: a two-wave longitudinal study. *Journal of addictive diseases. Vol. 25, No. 4*, 377–385. https://doi.org/10.1080/10550887.2025.2504231

Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3(2) 77–101.*

De, D., El Jamal, M., Aydemir, E. & Khera, A. Social Media Algorithms and Teen Addiction: Neurophysiological Impact and Ethical Considerations. *Cureus*. 17(1) https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11804976/ (Hämtad 2025-11-18).

Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J. & Goodman, S. (2015). Social media engagement behaviour: a uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing, 24*(3–4), 261–277. https://doi.org/10.1080/0965254X.2015.1095222

Ekström, M. & Johansson, B. (2019). *Metoder i medie- och kommunikationsvetenskap.* 3 uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Folkhälsomyndigheten (2024). *Viktigt att stödja balanserad användning av digitala medier.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/nyheter-och-press/nyhetsarkiv/2024/juni/viktigt-att-stodja-balanserad-anvandning-av-digitala-medier/ (Hämtad 2025-12-12).

Folkhälsomyndigheten, Mediemyndigheten (2024). *Digitala medier och barns och ungas hälsa: En kunskapssammanställning.* https://www.folkhalsomyndigheten.se/contentassets/20a0ad3202d54bc9be156ff3e407b55c/digitala-medier-barns-ungas-halsa-kunskapssammanstallning.pdf (Hämtad 2025-11-20).

Güme, S. (2024). Doomscrolling: A Review. *Current Approaches in Psychiatry 2024; 16*(4), 595-603. DOI: 10.18863/pgy.1416316

Kaya, B. (2025). Pay Attention to What Your Fingers Scroll: The Roles of Doomscrolling and Psychological Adjustment Between Adolescents' Problematic Social Media Use and Psychological Distress. *J Genet Psychol. 2025 Nov 7:*1–17. DOI: 10.1080/00221325.2025.2584991. Epub ahead of print. PMID: 41201328.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun.* Uppl. 3. Lund: Studentlitteratur AB.

Mary, R. (2025). Reading the World Through Crisis: Doomscrolling Narratives as a Survival Strategy. *International Conference on Digital, Social and Science; Vol. 02,* ISSN 3063–3303. DOI: https://doi.org/10.62201/j622ha63

Menon, D. (2021). Purchase and continuation intentions of over -the -top (OTT) video streaming platform subscriptions: a uses and gratifications theory perspective. *Telematics and Informatics Reports.* 5. DOI: 10.1016/j.teler.2022.100006

Meinhardt, L., Elhaidary, M., Colley, M., Rietzler, M., Rixen, J. O., Purohit, A. K. & Rukzio. E. (2025). Scrolling in the Deep: Analysing Contextual Influences on Intervention Effectiveness during Infinite Scrolling on Social Media. *In Proceedings of the 2025 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '25). Association for Computing Machinery, New York, NY, USA,* Article 964, 1–17. https://doi.org/10.1145/3706598.3713187

Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society, 3*(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02

Salles, J. (2025). Affect and prediction in short-video social media recommendation algorithm: TikTok and the missing half-second. *New Media & Society*, *0*(0). https://doi.org/10.1177/14614448251385086

Sharma, B., Lee, S.S. & Johnson, B.K. (2022). The Dark at the End of the Tunnel: Doomscrolling on Social Media Newsfeeds. *Tecknology , Mind and Behavior , 3*(1: Spring 2022). https://doi.org/10.1037/tmb0000059

Stanfill, M. (2014). The interface as discourse: The production of norms through web design. *New Media and Society, 17*(7), 1059–1074. https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444814520873

Statens medieråd (2021). *Digitala medier och psykisk ohälsa hos barn och ungdomar: En forskningsöversikt.* https://mediemyndigheten.se/globalassets/rapporter-och-analyser/2021/digitala-medier-och-psykisk-ohalsa-hos-barn-och-ungdomar-en-forskningsoversikt_v4_rgb.pdf (Hämtad 2025-11-12).

Vetenskapsrådet. (2024). *God forskningssed 2024.* https://www.vr.se/analys/rapporter/vara-rapporter/2024-10-02-god-forskningssed-2024.html (Hämtad 2025-12-10).

Wibeck, V. (2010). *Fokusgrupper. Om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod.* 2 uppl. Lund: Studentlitteratur AB.

Bilagor

1. Intervjuguide

Vi inleder intervjun med att presentera oss själva, vår studie och dess syfte, samt varför vi är intresserade av att prata om unga vuxnas upplevelse av doomscrolling. Vi går igenom hur intervjun kommer gå till, informerar om att den ska spelas in, att den är anonym och att respondenten har frihet att närsomhelst avbryta sin medverkan. Vi betonar att deltagarnas egna åsikter och upplevelser är centrala.

Vid behov förklarar vi begreppet *doomscrolling*.

Öppningsfrågor, introduktionsfrågor och övergångsfrågor

1. Vad heter ni och hur gamla är ni?
2. Hur mycket skärmtid har ni?
3. Vad använder ni främst sociala medier för?
4. Vilka plattformar förekommer mest?
5. Vad är eran definition av doomscrolling?
6. Beskriv gärna en situation då ni upplever er ha fastnat i doomscrolling.

Nyckelfrågor

Frågeställning 1 - Aktivt val eller algoritmer

I vilken utsträckning upplever unga vuxna att deras doomscrolling på sociala medier är ett aktivt val eller ett omedvetet val?

1. Vad får er att doomscrolla längre än ni tänkt er?
2. Vad tänker ni när ni hamnar i doomscrolling?
3. Upplever ni doomscrolling som ett medvetet val eller "något som bara händer"?
4. Vad har ni för strategi för att kontrollera er sociala medieanvändning och doomscrollande?

Frågeställning 2 - Motivation, behov och tillfredsställande

Hur motiverar unga vuxna sitt doomscrollingbeteende? Vilka behov upplever de att doomscrollandet tillfredsställer?

1. Vilka känslor eller situationer leder er till doomscrolling?
    a. Specifika ämnen?
2. Vad får ni ut genom doomscrolling?
3. Vilka känslor uppstår till följd av doomscrolling? Tillfredsställande? Oro? Osv.
4. Finns det några positiva/negativa aspekter med doomscrolling? Vilka?
5. Hur tycker ni att doomscrolling påverkar er bild av världen?

Frågeställning 3 - Tekniska och designmässiga element

Vilka tekniska och designmässiga element upplevs bidra till eller förstärka doomscrollingbeteendet?

1. Finns det något särskilt i hur appar fungerar eller ser ut som påverkar eran doomscrolling?
2. Finns det någon specifik app ni är mer benägna att fastna i?
3. Vad är eran uppfattning av algoritmer?
4. Hur upplever ni att algoritmer påverkar vilket innehåll ni ser?
5. Vilken skillnad upplever ni mellan olika typer av appar?

Avslutande frågor

1. Är det något vi har missat?