

### STUDIEN I KRISENS SPÅR

Studiens syfte var att kartlägga beteende- och konsumtionsförändringar i coronakrisens spår. Analysen baserade sig på över 10 miljoner vardagskildringar under mars och april 2020 i sociala medier, både från Sverige och ett urval länder i Europa, Nordamerika och Asien. AI-baserade metoder användes för att identifiera återkommande ämnen i texterna, varpå ämnena djupstuderades genom läsning av enskilda texter. På så sätt tilläts insikter växa fram ur materialet oberoende av hypoteser och förutbestämda fokusområden.

Att försöka förstå hela vidden av coronapandemins påverkan på samhällsstrukturer och krisens långsiktiga konsekvenser kommer hålla forskare sysselsatta i årtal framöver. För att kartlägga omedelbara konsekvenser har Kairos Future analyserat över tio miljoner inlägg om olika aspekter av krisen i sociala medier och andra digitala fotavtryck som appnedladdningar och sökstatistik. De berättelser som människor i Sverige och runt om i världen delar om den nya verklighet de befinner sig i, hjälper oss att förstå hur beteenden och konsumtionsmönster förändras i krisens spår.

**Ö**vergripande finner vi att krisen accelererar pågående beteendeförändringar och ger upphov till nya tendenser. Fem teman från studien är särskilt väsentliga för att förstå den nya hälsokonsumenten.

#### 1. Nya strukturer för en ny tillvaro

Då pandemin gör att fler funktioner flyttar in i hemmet samtidigt som fler personer behöver samsas på en begränsad yta under en större del av dygnet, krävs nya strukturer.

Arbete hemifrån innebär att människor behöver hitta sätt att skilja arbete från fritid. Diskussioner på nätet handlar om hur man skapar rutiner och tydliga övergångar vid arbetsdagens början och slut. Med hemmets alla dist-



# Hälsofrämjande och beteendeförändringar i coronakrisens spår



” Med hemmets alla distraktioner och fler personer som delar på en begränsad yta, växer också behovet av att kunna fokusera.

raktioner och fler personer som delar på en begränsad yta, växer också behovet av att kunna fokusera. En av de appar som klättrat snabbt i nedladdningsstatistiken, både i Sverige och andra delar av världen, är *Forest: stay focused*. Den är en slags omvänd Tamagotchi: genom att hålla sig borta från telefonen får en virtuell planta näring att växa och så småningom bli ett träd, men om man ofta använder telefonen så dör plantan.

De nya jobbvanorna skapar också nya hälsoutmaningar. Samtidigt som försäljningen av ergonomiska stolar och monitorer har stigit i e-handeln, och kreativa lösningar används för att skapa utrymmen för produktivitet i hemmet (sociala medier är fulla av gördet-själv-tips, som exempelvis hur man kan göra om en strykbräda till ett ståbord), visar vår analys av sociala medier att sängen, soffan och fåtöljen har blivit vanliga platser för arbete. På Ins-

tagram har exempelvis fler än 8 000 personer delat bilder på hur de använder sängen som arbetsplats. Både statistik över nedladdning av appar och diskussioner i sociala medier visar att man i växande utsträckning använder telefoner och läsplattor – mer soffvänliga apparater än datorer – för arbete.

Det tydligaste behovet av rutiner märks i diskussionerna om välbefinnande och träning. Att även gymmet har flyttat in i hemmet syns tydligt i



e-handelsstatistiken, där försäljningen av styrketränningsutrustning och yogamattor har stigit snabbt. Mängden Googlesökningar på "workout" har gjort ett dramatiskt hopp och är nu 50 procent högre än den tidigare toppen. En motsvarande ökning syns i mängden Googlesökningar på "meditation". I sociala medier diskuteras vikten att hålla mod och immunförsvar uppe genom positivitet, meditation och mindfulness, yoga och mycket sömn. Online-grupper har uppstått spontant kring behovet av diskussioner och råd om rutiner för välbefinnande för dem som bor på en liten yta.

## 2. Större behov av kvalitetstid utomhus

Medan besök till alla typer av kommersiella och arbetsrelaterade platser har sjunkit kraftigt, visar data över rörelsemönster som Google samlat in via mobiltelefoner att svenskarnas besök till grönområden har stigit med nästan 70 procent under krisen. Sverige är inte ensamt; andra länder i norra Europa – Danmark, Finland, Tyskland, Nederländerna och Norge (i fallande ordning) – har också sett en kraftig ökning, medan besöken till grönområden sjunkit i nästan alla andra delar av världen.

Flera appar som klättrat snabbt i nedladdningsstatistiken bekräftar det växande behovet av att tillbringa kvalitetstid utomhus. Appar som känner igen och namnger fågelkvitter och växter har exempelvis klättrat högt upp på nedladdningslistorna, liksom olika typer av navigationsappar och appar för motivation för joggingrundor och cykelturer.

Diskussionerna i sociala medier visar samtidigt att balkongen blivit en viktigare plats för svenskar. Den används bland annat för odling av grönsaker och örter, ett tecken på att trädgården har flyttat in i hemmet och i linje med en stor uppgång i sociala medier för diskussioner om självhushållning.

## 3. Många bäddar in sig i sparsmakade men behagliga puppor

Stress och oro, både kopplat till risken att kontraktera viruset och pandemins privatekonomiska påverkan, är stora begrepp i sociala medier. Att dessa leder till ett behov av en behaglig och

mysig närmiljö syns tydligt i analysen. Onlinediskussionen om bekvämlighet och mys är omfattande. En aktivitet som av diskussionerna att döma stigit kraftigt är bokläsande, där genrerna *cozy mystery* och *romance* har blivit de mest omnämnda. Spotify rapporterar att lyssnandet genom tjänsten har gått till mer akustisk, nedvarvande och instrumentell musik.

Analysen visar att även TV-spelandet har gått mot lugna och avslappnande spel med drömska miljöer, som *Animal Crossing* (till Nintendo Switch) och *Stardew Valley* (en mobilapp). Bland meditativa spel som klättrat snabbt i rankingen finns även sådana som går ut på att lirka upp virtuella knutar, färglägga 3D-figurer och krama virtuella mjukisdjur för att sedan se dem sakta återfå sin ursprungliga form. Handfasta och avkopplande aktiviteter som målning, bakning, stickning och olika gör-det-självt-projekt har fått sig ett uppsving i online-diskussionen. Lera, musikinstrument och hantverk omnämns mer än tidigare i nätinlägg.

Det ökade behovet av bekvämlighet märks också i klädförsäljningen. I USA har Walmart noterat att byxförsäljningen (med undantaget mjukisbyxor) har sjunkit mycket kraftigare än tröjeförsäljningen, förmodligen eftersom endast överdelen syns i videomöten. På Instagram trendar en mer sparsmakad stil med hashtags som #thriftstyle. Under hashtagen #pillowchallenge, med fler än 100 000 inlägg, utmanas människor att ta den sparsmakade, sköna stilen till sin extrem genom att skapa mode av endast en kudde och ett skärp.

## 4. Sociala strukturer konfigureras om

Medan social distansering gör att perifera relationer får stryka på foten, tillbringar människor mer tid än någonsin med sina närmaste. Inlägg i sociala medier beskriver den friktion det kan ge upphov till, men också hur band stärks. För andra blir ensamheten en utmaning. Statistik från dejting-appen Tinder visar att både mängden konversationer och deras antal har ökat under krisen. Fler använder appen för att prata med människor över hela världen, inte bara i närområdet.

Även umgänget med vänner och familj på andra platser har under krisen

tagit sig nya former. I sociala medier har begrepp som "virtuell pub", "karantänfest", "quarantinis" och "stay home sangria" blivit stora. Användandet av appen Houseparty, som används för att videochatta med vänner, växte med över 3 000 procent mellan februari och mars. Videomötesappen Zoom har fått en dramatisk ökning i nedladdningar och på en enda dag laddades den ner 340 000 gånger.

Ett av de mest påtagliga mönstren i analysen av sociala medier är den gränsöverskridande solidaritet och sammanhållning som uppstått i krisens spår. Begreppet "ensamma tillsammans", med hundratusentals omnämningen i sociala medier, har kommit att symbolisera denna nya gemenskap och uppvaknandet inför människors ömsesidiga beroende. Då en stor del av mänskligheten står inför samma nya verklighet har virala "corona memes" – humor som hjälper människor att hantera krisen – blivit ett kitt som binder samman. Begrepp som #lockdownfun har exempelvis blivit stora på videodelningsplattformar som TikTok. Hjältarna för denna nya gränsöverskridande gemenskap är sjukvårdspersonal och andra som tar risker för andras skull, som leveransbud och personal i mataffärer. Gester av "corona kindness" hedras, till exempel att stödja lokala affärsverksamheter och visa hänsyn mot äldre och andra riskgrupper.

## 5. En mer välinformerad befolkning

Krisen har lett till en kraftig ökning av nyhetskonsumtion, med den allra största ökningen bland yngre. Appar med lokala nyheter har vuxit snabbt i nedladdningsranking. Informationskanaler som onlinevideor, live streaming och poddar har nått nya grupper. Flera ledande nyhetsmedier har tagit bort betalväggar från sin rapportering om pandemin.

Bland de artiklar som under mars flitigast länkats till på Twitter återfinns beskrivningar av komplicerade epidemiologiska och medicintekniska fenomen som tidigare legat långt utanför ramen för allmänbildning. Diskussionen i sociala medier visar att många utan specialiserade kunskaper har gett sig i kast med att läsa vetenskapliga artiklar om coronavirus, simulera smittspridningsförlopp och försöka förstå

## ” Människor har fått lära sig skillnaden mellan epidemi och pandemi, ventilatorer och respiratorer, karantän och isolering.

cellulära mekanismer. Människor har fått lära sig skillnaden mellan epidemi och pandemi, ventilatorer och respiratorer, karantän och isolering.

Kunskapsinhämtningen handlar också om hur man håller immunförsvaret i toppskick. Ämnen som vitaminer, läkemedel, sömn och välmående är stora i nätdiskussionen, där olika påståenden och argument granskas kritiskt. Att många vill ha hälsoråd utan att behöva uppsöka en vårdinrättning vittnar också den starka uppgången för hälsoappar och telemedicin om.

### Det nya normaltillståndet

Att världen kommer återgå till sitt

tidigare tillstånd efter krisen förefaller allt mindre sannolikt. Många fenomen som tidigare varit begränsade till mindre grupper trendsättare, inte minst olika typer av virtuella beteenden, har nu anammats av stora delar av befolkningen. Det gäller även de äldre i 70–80-årsåldern, åtminstone i Sverige, som i stor utsträckning laddar ner appar för bland annat videomöten, näthandel & distribution samt krisinformation.

Användningen av verktyg och tjänster för att skapa strukturer för välbefinnande i tillvaron har vuxit explosionsartat. Många har vaknat upp inför människors ömsesidiga beroende och

nya digitala gemenskaper har vuxit fram ur denna insikt. En massiv kunskapsuppgredning har skett hos befolkningen, särskilt på det hälsomässiga planet.

Mycket om coronakrisens konsekvenser återstår att utröna, men en sak kan vi vara säkra på: världen kommer aldrig mer bli som den varit.

**TOMAS LARSSON**  
COO Dcipher Analytics,  
Kairos Future



**MATS OLSSON**  
Director Health & Healthcare,  
Kairos Future



# Vi kan de juridiska frågor som har störst betydelse för dig!

DLA Piper är Sveriges ledande globala affärsjuridiska advokatbyrå. Vi arbetar med olika frågor inom life sciences branschen, t.ex. kliniska prövningar, icke-interventionsstudier, biobanker och personuppgiftsfrågor men också allmän avtalsrättslig juridik. Vi har unik erfarenhet av Läkemedelsbranschens Etiska Regelverk (LER) som enskild advokatbyrå har vi under flera år verkat i Nämnden för Bedömning av Läkemedelsinformation (NBL).

Fredrika Allard och Annie Johansson, advokater på DLA Piper förklarar: Vi har omfattande kunskap om hur reglerna tillämpas i praktiken efter att ha verkat som sekreterare i nämnden och även från att ha arbetat med compliance som bolagsjurister på läkemedelsföretag. Vi är även regelbundet anlitade som föreläsare på IMA kurser avseende marknadsföring av läkemedel.

