



UPPSALA
UNIVERSITET

Sociologiska institutionen

Sociologi med inriktning mot arbetsliv, organisation och personal C

Kandidatuppsats HT-16

Det sociala i sociala media

- hur unga vuxna tolkar handlande på sociala medier

Författare: August Linefjell & Sara Hagström

Handledare: Daniel Normark

Sammanfattning

Undersökningar som gjorts av Internetstiftelsen i Sverige visar att svenska sociala medie-användare ökar varje år. Fler och fler besöker Facebook och skapar konton på Instagram och Snapchat. Samma undersökningar visar dock att majoriteten inte nyttjar sociala medier mer än att bara besöka sidan eller appen. En förhållandevis liten andel av Facebooks användare skriver statusuppdateringar eller publicerar bilder. Syftet med vår studie är att lyfta fram detta och undersöka hur våra informanter tolkar sina och andras handlingar över tre sociala medier och därmed undersöka det sociala i dessa handlingar. Detta har vi gjort med hjälp av ett antal kvalitativa intervjuer med unga vuxna sociala medie-användare och bitt dem reflektera över sina egna och andras handlingar på de sociala medier de deltar i för att urskilja hur socialt det egentligen är. Vi har använt ett symboliskt interaktionistiskt perspektiv för att analysera vårt empiriska material och därför undersökt enskilda handlingar hos personerna och tolkat det sociala i dessa handlingar. Vad vi i korta drag kommit fram till är att även om man inte ser sig själv som aktivt interagerande på sociala medier så finns det sociala och relationella förklaringar till minsta gest som utförs. Dessa sociala handlingar existerar inom grupper och bildar normer inom grupperna. För olika sociala medier råder olika normer och därmed olika handlingar.

Nyckelord: sociala medier, symbolisk interaktionism, handling

Innehållsförteckning

1. Inledning	4
1.1 Syfte och frågeställning	4
1.2 Disposition	5
2. Tidigare forskning	6
2.1 Definition av social media	6
2.2 Identitet	6
2.3 Grupper	8
2.4 Beteende	9
2.5 Sammanfattning av tidigare forskning	10
3. Teoretisk utgångspunkt	12
3.1 Mänskliga grupper	13
3.2 Människan som aktör	13
3.3 Social interaktion och gester	14
3.4 Triadiska interaktionssystemet	14
3.5 Objekt	15
4. Metod	16
4.1 Förstudie	16
4.2 Forskningsansats	17
4.3 Material	17
- 4.3.1 Kvalitativ intervju	18
- 4.3.2 Platser	18
- 4.3.2.1 Facebook	19
- 4.3.2.2 Instagram	20
- 4.3.2.3 Snapchat	20
- 4.3.3 Urval	21
4.4 Kodning	21
4.5 Analysansats	22
4.6 Validitet och reliabilitet	23
4.7 Etiska överväganden	24
5. Analys och resultat	26

5.1 Mänskliga grupper som och inom SNS.....	26
5.2 Skillnader mellan SNS.....	28
5.3 Normer.....	33
5.4 Bekräftelse och meningsskapande.....	37
6. Diskussion.....	42
6.1 Summering av resultat.....	42
6.2 Resultat i relation till syfte och frågeställning.....	43
6.3 Resultat i relation till tidigare forskning.....	44
6.4 Resultat i relation till teoretisk utgångspunkt.....	47
6.5 Resultat i relation till metodologiska val.....	47
6.6 Framtida forskning.....	49
7. Referenslista.....	51
Bilagor.....	54
- Bilaga 1 - Kodschema.....	54
- Bilaga 2 - Informationsbrev.....	56
- Bilaga 3 - Intervjuguide.....	58
- Bilaga 4 - Deklarering.....	60

1. Inledning

Som användare av sociala medier sedan Facebook exploderade i Sverige under 2007, har vi länge fascinerats av dess inverkan på människor och deras sociala liv. Internet och sociala medier är, ur ett sociologiskt perspektiv, ett ständigt aktuellt, nytt men ändå utforskat område och det finns många intressanta frågeställningar att försöka besvara. Vi kommer i vår studie fokusera på det sociala i sociala medier och hur informanterna tolkar sitt och andras handlande på sociala medier. Utifrån undersökningen "*Svenskarna och internet*" (IIS, 2015) kan vi se att 70 % av svenskarna har besökt Facebook någon gång mellan 2012 och 2015. En siffra som stabilt ökat med två procentenheter per år sen studien började år 2012. Men det är inte alla som gör mycket mer än att endast besöka de sociala nätverken. Samma studie visar nämligen att bara 14 % av användare publicerar meddelanden och 4 % delar eller länkar dagligen. Den interagerande aspekten av olika sociala medier är med andra ord inte särskilt påtaglig i ovanstående siffror, trots ett ökat användande bland svenskarna. Vi känner därför att det finns en anledning att ifrågasätta och problematisera den sociala biten i sociala medie-användandet och ställa oss frågan hur enskilda användare upplever och tolkar sitt eget och andras handlande. Den största åldersgruppen i Sverige som på något sätt använder sociala medier är personer i åldern 16-25 enligt IIS (2015). Det är den myndiga delen av denna åldersgrupp, 18-25, vi valt att rikta vår studie emot. Genom intervjuer med sociala medie-användare ur denna grupp ämnar vi undersöka hur de upplever att de använder sociala medier och därigenom vilka tolkningar de själva har av handlingar på sociala medier.

1.1 Syfte och frågeställning

I tidigare forskning saknas ofta kvalitativa studier om användandet av sociala medier. Kvantitativa enkätstudier är vanligt för att kartlägga hur användarna handlar på de olika sociala medierna men hur dessa handlingar tolkas lyser med sin frånvaro. Kvantitativa studier undersöker sällan enskilda individers djupare tankar och förklaringar. Med en kvalitativ studie kan vi undersöka fenomenet genom att närma oss enskilda användare av sociala medier. Därför är vårt syfte med denna studie att lyfta fram dessa användares egna tolkningar av hur de handlar och uppfattar andras handlande och fördjupa oss i det ständigt aktuella fenomen som sociala medier är. Detta gör vi genom att lyfta fram och problematisera det förgivettagna "sociala" i sociala medier och fråga oss hur deras tolkningar av sina handlingar

ser ut och vad det sociala i dessa handlingar är. Vi intresserar oss för unga vuxna mellan 18 och 25 år och deras egna förklaringar till vad de gör och varför. Då enkätstudier (IIS, 2015) visar hur denna grupp till störst del använder sociala medier känns det mest relevantt att göra en studie över hur personer ur den gruppen handlar. Vi är öppna för att handling också kan innebära ett så att säga icke-handlande där avsaknad av handlande ändå är att beteckna som ett handlande i sig. Vår frågeställning är därmed:

- Hur beskriver och tolkar unga vuxna sitt och andras handlande på sociala medier?

Till vår hjälp kommer vi att ta utgångspunkt i Herbert Blumer och George Mead som beskriver den tidiga *symboliska interaktionismen* för att göra en analys av hur våra intervjupersoner upplever och ser på sitt och andras handlande på sociala medier.

1.2 Disposition

Inledningen i denna uppsats följs av ett kapitel om tidigare forskning där vi redogör för relevant forskning som tidigare gjorts kring sociala medier och sociala medie-användande. I detta kapitel försöker vi också påvisa varför vår studie är behövd och vad vi kan komma att tillföra till området. Därefter följer en redogörelse för vår teoretiska utgångspunkt som utgörs av symbolisk interaktionism utifrån Herbert Blumer och George Mead. Vidare presenterar vi den datainsamlingsmetod som utgjorts av semistrukturerade intervjuer och redogör även för studiens metodologiska ansats, analysmetod, urval samt studiens grad av validitet och reliabilitet. Kapitlet avslutas sedan med de etiska överväganden vi tagit hänsyn till respektive inte tagit hänsyn till. Därefter följer studiens bearbetade resultat och en vetenskaplig analys av det. Därefter disponerar vi ett kapitel till att presentera diskussionen av studiens resultat där vi reflekterar kring resultatet och analysen i relation till vårt syfte och vår frågeställning, till tidigare forskning och teori men också en diskussion om metoden i förhållande till resultatet. Till sist avslutas uppsatsen med våra slutsatser, tillämpningsmöjligheter och om och vad för typ av vidare forskning som behövs på området. En litteraturlista återfinns i slutet av vår uppsats.

2. Tidigare forskning

Detta kapitel ämnar redogöra för den forskning vi finner relevant att lyfta fram för studien vi genomfört. Då vi utfört en kvalitativ undersökning där syftet är att fördjupa sig i unga vuxnas tolkning av handlingar på sociala medier kommer den tidigare forskningen att fokusera på just social interaktion på nätet. Det finns sen tidigare mycket forskning kring området sociala medier, varför vår tidigare forskning kommer fokusera på denna. Vi menar dock att det finns en kunskapslucka om enskilda handlingar och hur individer på sociala medier tolkar dem. Att förstå relevanta bakgrundsfaktorer så som hur människor agerar, anser vi vara viktigt för att kunna urskilja sociala element i ett större sammanhang. Detta kapitel är uppdelat i fyra delar där den första ger en definition av sociala medier och de andra tre behandlar olika teman vi urskiljer i den tidigare forskning vi tagit del av. Dessa teman är *identitet*, *grupper* och *beteende*. Där syftet med dispositionen av delarna är att närma oss vår egen studie. Vi vill med det här kapitlet ge vår studie en utgångspunkt samt placera den i ett sammanhang.

2.1 Definition av social media

För att tydliggöra vad vi menar med sociala medier inleder vi med en definition av begreppet. boyd och Ellison (2007) använder förkortningen SNS (Social Networking Sites) för att beskriva sociala medier vilket inkluderar Facebook, MySpace och Cyworld för att nämna några. De flesta sidorna har liknande teknologiska funktioner men variationen mellan de kulturer som uppstår kring dem är bred. Vissa sidor har som syfte att låta människor hålla kontakt med de personer de redan känner. Andra går istället ut på att låta människor skapa nya kontakter och nätverk, som till exempel LinkedIn (boyd & Ellison, 2007:210). boyd och Ellison använder tre faktorer för att definiera dessa SNS. Först och främst skall sidan tillåta användaren att skapa en mer eller mindre avancerad profil som är offentlig alternativt semi-offentlig. Faktor två innebär att sidan skall innehålla en lista där personerna som användaren har en kontakt med finns samlade. Slutligen skall användaren kunna se och navigera bland sina egna kontakter samt kontakter skapade av andra inom samma system (boyd & Ellison, 2007:211). Från och med detta kommer förkortningen SNS att användas i texten och står då alltid för sociala medier.

2.2 Identitet

Unga använder sociala medier för att befästa, skapa och bekräfta sina sociala tillhörigheter och roller menar Eek-Karlsson (2015). Medierna blir viktiga för individen för att skapa en identitet och för att vinna makt i den sociala omgivningen (Eek-Karlsson, 2015:88). Den identitet som konstrueras på sociala medier är inte endast viktig för individen själv utan forskningen visar att den även kan ha stort inflytande inom arbetslivet. Arbetsmarknaden kräver numer att jobbsökande förstår sig på dessa sidor, nätverkande och att de till och med kan spela stor roll i rekryteringsarbete (Golbeck, 2013, s. XXV). Vidare har Labrecque, Markos och Milne (2010) gjort en studie om hur internetanvändare presenterar sig över nätet. Deras slutsatser är att alla som på något sätt nyttjar sociala medier kommer att stämplas med en slags "varumärkning" eller identitet, man kan således inte förbli helt neutral i en virtuell värld. De upptäckte även att personer ofta var medvetna om sina försök till en viss "stämpling" eller identifikation men att de däremot kunde vara omedvetna om den negativa aspekten av denna. Vidare skriver de att identiteten en person väljer att porträttera sig enligt måste bekräftas av andra för att man ska kunna fastställa att det är personens verkliga identitet på nätet (Labrecque, Markos & Milne, 2010). Det räcker med andra ord inte med att en person identifierar sig själv som till exempel populär, anonym eller ödmjuk, utan de andra personerna i nätverket måste tycka detsamma och även bekräfta det i sina handlingar.

Att identitet, både det anseende som någon etablerat samt bekräftelse från omgivningen, spelar en viktig roll för de allra flesta, både enskilda användare och stora företag är här ganska uppenbart. Detta menar även Donath (1998) som har fokuserat på skapandet av identiteter på just nätet. Hon menar att i det verkliga livet säger normen att en kropp också innehar en identitet. I den virtuella världen är det inte fullt lika enkelt. Donath menar att identiteten inte är kopplad till kroppen på samma sätt då den virtuella identiteten är mer fokuserad på information kring personen än den faktiska verkligheten (Donath, 1999:2). Detta innebär att identiteter på nätet har förmågan att förändras och manipuleras enklare i mycket större utsträckning än i det verkliga livet. Sociala medier har skapat nya förutsättningar för människor att skapa och förändra sina identiteter vilket skapar nya förhållningssätt för interaktion, etikettering samt sättet vi presenterar oss själva på (Donath, 1999; Chambers, 2013).

Även Ma och Agarwal (2007) skriver om identiteter och resonerar att på en grundläggande nivå så skulle det komplexa svaret "identitet" besvara frågan "vem är jag?" (Ma & Agarwal, 2007:45). Vi vill med den här studien gå ett steg djupare och snarare försöka besvara frågan "vad gör jag?" vilket vi anser är av minst lika stor vikt innan man kan diskutera vad individer tillskriver sig själva för identitet, både på och utanför SNS.

2.3 Grupper

Utöver forskningen kring identitet så har många forskare även fokuserat på hur grupper ser ut och formas på SNS. Wallace (2012) skriver att SNS har erbjudit ett fält där människor tenderar att skapa och engagera sig i gruppaktiviteter, snarare än individuella. Hon refererar till en social kvalitet-modell där den sociala sammanhållningen hänvisar till den faktor som faktiskt håller grupper såsom familjer, samhällen, nätverk och andra uppsättningar ihop som en enhet. Dessa delar normer och värderingar och för att mäta sammanhållningen enligt denna modell används bland annat generell tillit bland gruppens medlemmar, djupet av socialt kapital och nivån av sociala konflikter som indikatorer (Wallace, 2012:106).

Eek-Karlsson (2015) tar även upp en negativ aspekt av SNS. På samma sätt som medierna har en förmåga att öka känslan av sammanhållning kan den även påvisa vilka normer som råder i en grupp. Sociala medier har den funktionen att normaliserat och icke-normaliserat beteende uppmärksammas av användarna vilket resulterar i grupperingar bland människor där vissa får uppmärksamhet och andra inte. Detta kan visserligen förstärka grupptillhörigheten och öka individens sociala kapital men också leda till att vissa personer som utmärks som annorlunda riskerar att bli exkluderade ur gruppen och minska det sociala kapitalet (Eek-Karlsson, 2015:88; Ellison, Steinfeld & Lampe (2007:1146).

En annan intressant aspekt som Wallace (2012) presenterar är det ömsesidiga förhållandet mellan online- och offlinereationer eller grupper. Gemensamma intressen eller tillhörigheter som existerar offline förenar människor i grupper online. Exempelvis skapade mindre samhällen facebooksidor för att dela information, bilder och evenemang och uppmärksammade att det var populärt bland samhällets invånare att kommentera och publicera bilder då det skapade en känsla av delade minnen och sammanhållning (Wallace,

2012:107). Hogan och Quan-Haase (2010) skriver även de om förhållandet mellan online- och offlinereationer. De menar att personer som ofta kommunicerar online även gör det offline. Hur ens relationer ser ut offline behöver dock inte alltid påverka hur de ser ut online. Meikle och Young (2012) skriver bland annat om hur de vänner man har på SNS inte nödvändigtvis behöver vara ens vänner i verkligheten. Vissa kanske till och med känner ett starkt ogillande gentemot varandra men ändå väljer att ha den relationen mellan sig på SNS. Då det anses mer diplomatiskt och klokt att acceptera varandra som vänner än att ignorera någons "vänförfrågan", väljer man helt enkelt att göra det. Detta kan ses som att någon agerar utifrån omgivningens förväntningar på individen. De skriver att "vän" endast är en metafor för något helt annat på dessa sociala medier (Meikle & Young 2012:75).

2.4 Beteende

Inom sociologisk forskning finns ett stort område som på olika sätt handlar om hur människors beteende ser ut på SNS. Tidigare nämnda Hogan och Quan-Haase (2010) nämner att det finns ett stort glapp mellan vad personer säger att de gör på sociala medier och vad de *faktiskt* gör (Hogan & Quan-Haase, 2010). Vår studie ämnar därför ta fasta på hur användarnas egna tolkningar av sina och andras handlingar ser ut och inte försöka ta reda på huruvida deras utsagor stämmer överens med verkligheten eller ej. Andra forskare visar att ens online- och offlinebeteende och identitet ofta går ihop och att skillnaden mellan dem inte är så stor som man kanske tidigare trott (Hargittai, 2007; boyd, 2001). Det går inte att förstå beteende över sociala medier ur endast en aspekt. Faktorer såsom politisk tillhörighet, kultur, kön, socioekonomisk status och nationalitet kan i allra högsta grad fungera som förklaringsmodeller till hur folk betar sig och vilka SNS de väljer att registrera sig på (Hargittai, 2007; Lipschultz, 2015). Vi vill även tillägga att det är viktigt att inte endast se till beteende eller identitet i sin helhet utan att också undersöka användares enskilda handlingar för att urskilja andra förklaringsmodeller till identitet eller sociala relationer.

Ytterligare behavioristiskt synsätt på beteende över sociala medier beskriver Lipschultz (2015:8) om individens behov av tillfredsställelse och kommunikation och menar att vi alltid utgår ifrån våra förväntningar när vi nyttjar sociala medier. Samtidigt som människans driv mot att självförverkligande och tillfredsställelse blir det nya sättet att konsumera media,

tillkommer också att detta driv leder till att vi undviker innehåll som inte ger oss detta självförverkligande. Detta resulterar i att kommunikationen på sociala medier kommer att utgöras av stimuli, respons och av de förväntningar som finns kring dessa för att få den psykologiska belöning vi strävar efter. Stimuli och respons utgör på sociala medier av någons direkta handlande (stimuli) mot någon eller några i nätverket och hur den eller de personerna uppfattar detta och därefter väljer att återkoppla (respons) till handlandet. Här skulle det innebära att det handlande personen väljer att utföra, alltid görs med förväntningarna om hur responsen kommer att bli från omgivningen. Materialet skall därmed generera den önskade effekten hos den handlande personen och gör det inte det finns en risk att man istället förblir passiv. För att inte ta en behavioristisk utgångspunkt i vår egen studie menar vi att Lipschultz användande av begreppen stimuli och respons går att likna med tolkning av handlingar i en interaktion, exempelvis det triadiska interaktionssystemet vilket kommer att beskrivas i kapitlet om vår studies teoretiska utgångspunkt.

Det som underlättar denna stimuli-respons-relation är sättet SNS uppmuntrar människor att interagera med varandra, sättet de tillåter användarna att forma sina egna sidor utifrån personlighet och identitet samt sättet de underlättar för användare att dela innehåll, såsom texter och bilder, mellan sig och i olika grupper (Lipschultz, 2015:5). Dessutom har tillgängligheten ökat i och med den nya tekniken som innebär att mobiler och läsplattor är det nya redskapet för många appar och SNS. Det innebär i sin tur att sociala medier kommit att växa fram till att bli populärt över hela världen och även blivit en av de största förändringarna för privatlivet i det moderna samhället för att skapa nya och underhålla relationer (Chambers, 2013; Lipschultz, 2015). I ett större perspektiv har sociala medier möjligheten att förändra hela kulturer och samhällen säger Lipschultz. Det nya internetanvändandet har gett allmänhetens röster som tidigare tystats ned ett forum där de kan höras. SNS kan i större utsträckning leverera nyheter och händelser till användarna oavsett om innehållet är manipulerat eller består av falsk information (Lipschultz, 2015:9). Vi kan tolka detta som att om en användare publicerar information själv eller ej, tar hen ändå del av information som distribueras över sociala medier och får egna åsikter och gör egna tolkningar trots att dennes del av det sociala ter sig osynlig för den som levererar informationen.

2.5 Sammanfattning av tidigare forskning

Vi kan utifrån denna tidigare forskning se att sociala medier är ett komplext fenomen med mängder av olika studier och teorier. De flesta forskare är överens om att vi använder oss av dessa sidor i ett försök att skapa, upprätthålla och/eller utöka vårt sociala nätverk. Hur vi presenterar oss är av stor vikt då det sänder ut en bild till omgivningen vilka vi är, vare sig vi önskar det eller inte. Bilden vi sänder ut kan ses som en identitet och denna måste bekräftas av de andra medlemmarna i nätverket för att vara korrekt. Hur sociala medier används kan skilja sig mellan olika kulturer, grupper och geografiska områden. Den teknologiska framfarten har dock spridit deras genomslag världen över och SNS är idag mer lättillgängligt än någonsin tidigare vilket underlättar för människor att socialisera och bli uppdaterade samt få nyheter från hela världen. Flera forskare är överens om att det även finns baksidor med SNS. De har en förmåga att utmärka människors avvikande beteende vilket kan resultera i den önskade effektens motsats - ett mindre socialt nätverk. Dessutom underlättar SNS för människor att manipulera och lura varandra då de kan gömma sig bakom en skärm och använda falsk identitet, vilket är en risk personer som nyttjar sociala medier bör vara medvetna om. Det mesta av den tidigare forskning som gjorts på hur användare faktiskt använder eller beter sig på sociala medier har antingen varit kvantitativa eller fokuserat på hela beteenden snarare än hur enskilda handlingar kan förklara större sociala relationer eller social interaktion. Vårt syfte med den här studien är att undersöka användarnas egna tolkning av handlingar och försöka urskilja det sociala i dessa. Genom detta vill vi tillföra ett nytt perspektiv på hur man forskar om användning av sociala medier. Om man tidigare fokuserat mer på beteende tar vi det till en nivå där enskilda handlingar snarare än hela identiteter eller beteenden får stå i fokus.

3. Teoretisk utgångspunkt

I följande kapitel kommer vårt teoretiska ramverk med vilket vi ska belysa och analysera vårt resultat, presenteras. Inledningsvis beskrivs vi den *symboliska interaktionismen* och flertalet tillhörande begrepp kommer att behandlas och hur de olika begreppen kan komma att användas vid analysen. Många forskare genom historien har analyserat sociala sammanhang med hjälp av det symboliskt interaktionistiska angreppssättet. Vi har valt att fokusera på dess absoluta grundformer och Herbert Blumers (1986) tolkning av sin mentor George Meads synsätt på hur den mänskliga interaktionen bör analyseras. Enligt Trost och Levin (2010) baseras Blumers texter om symbolisk interaktionism på Meads idéer och bör ses som det mest representativa för hur Mead såg på social interaktion (Trost & Levin, 2010:47). Detta då Mead själv nästintill inte skrev ner eller redogjorde i text för sina teorier.

Då syftet i vår studie är att undersöka användares tolkningar av handlande på sociala medier är vi intresserade av att med hjälp av symbolisk interaktionism undersöka hur man kan se på de olika handlingarna i en större social kontext. Till hjälp har vi flera av de begrepp som Blumer (1986) och Mead (1967) menar utgör symbolisk interaktionism, vilka kommer redogöras för i detta kapitel.

Den symboliska interaktionismen som myntades av Blumer (1986) utifrån Meads idéer om den mänskliga interaktionen och människan som social varelse, består av tre premisser. Den första syftar till att människan alltid tillskriver ett objekt en viss mening och agerar mot detta objekt utifrån denna tillskrivning. Den andra premissen är att dessa meningar uppstår i och med den mänskliga interaktionen. Tredje och sista premissen syftar på att meningarna hanteras och modifieras av den person som använder objektet genom en tolkningsprocess (Blumer 1986:2). Utöver de ovan nämnda premisser bidrar den symboliska interaktionismen med en stor mängd olika begrepp och förklaringsmodeller som beskriver människans interaktion. I följande stycken kommer de begrepp och förklaringsmodeller vi anser viktigast i vår studie för att förklara hur unga vuxna användare tolkar sitt handlande och varför de handlar på sociala medier, att redogöras för.

3.1 Mänskliga grupper

Blumer menar att mänskliga grupper består av människor som handlar. Dessa handlingar består i sin tur av flertalet aktiviteter som utövas av individerna när de möts. Handlingarna kan ske kollektivt eller enskilt för personen men är alltid kopplat till just den person som utför dem och den situationen hen befinner sig i (Blumer, 1986:6). Sammanfattat menar Blumer att mänskliga grupper består av enskilda individer som ständigt agerar med varandra och att detta är grundbulten för att kunna göra analyser av samhällliga fenomen. Alla sociala samhällen kräver en ständigt pågående process som innebär att de som befinner sig i det anpassar sina beteenden efter varandra för att de ska "matcha" (Blumer, 1986:7). SNS utgörs av olika stora mänskliga grupper och användarna av dem utför ständigt ageranden genom att posta, lajka, kommentera och chatta. En SNS är också att betrakta som en egen grupp där människor ständigt agerar med och mot varandra där det finns generella strukturer som visar på hur man ska handla och hur man inte ska handla. Det är därför relevant att undersöka dessa mänskliga grupper, individerna som befolkar dem och deras handlingar. Det är dock viktigt att påpeka att inom olika SNS, existerar också mängder med mänskliga grupper där en person kan tillhöra flera grupper samtidigt.

3.2 Människan som aktör

Vi har talat om människans agerande i den sociala interaktionen genomgående i detta kapitel så att människan enligt den symboliska interaktionismen beskrivs som aktör bör därmed ses som en självklarhet. De viktigaste punkterna att ha i åtanke är att människan hela tiden tolkar objekt, gester och situationer i den sociala interaktionen med andra och tillskriver dessa olika meningar. Det som dock inte har nämnts är att människan som aktör också tillskriver sig själv olika meningar, tolkar sig själv och blir därmed ett eget objekt. Denna process kallas enligt Blumer för själv-interaktion (Blumer, 1986:12). Den tolkning av sig själv som individen gör bygger på dennes uppfattning om den så kallade *generaliserade andre* vilket enligt Blumer (1986:13) innebär en abstrakt uppfattning om samhället runt omkring. Individen gör härmed en tolkning av sig själv som ett objekt genom en uppfattning denne har om hur samhället i stort tolkar personen. Förenklat sett tillskriver varje person en tolkning av sig själv som bygger på den tolkning den generaliserade andre gör eller gjort av personen i tidigare interaktioner.

Genom att intervjua användare av sociala medier undersöker vi hur de enligt sig själva ser sig som som aktörer och objekt. Beroende på deras egen uppfattning om deras användande och olika grad av aktivitet får vi en uppfattning om hur den process av själv-interaktion ser ut och därmed interaktionen med andra.

3.3 Social interaktion och gester

Den sociala interaktionen uppstår i och med att individerna i de mänskliga grupperna utför ovanstående ageranden mot eller i förhållande till varandra (Blumer, 1986:7). En persons handlande inom den symboliska interaktionen är alltid på något sätt ett svar på en annan persons handlande, det vill säga att man gör en tolkning av personens handling och agerar sedan därefter. Här identifieras också den icke-symboliska interaktionen som ett sätt att interagera. Den icke-symboliska interaktionen beskrivs som de reflexmässiga svar på handlingar som görs utan tolkning (Blumer, 1986:8). En stor del av den sociala interaktionen är uttrycket och tolkningen av *gester*. Blumer hänvisar till sin mentor Mead som menar att gester är allt som uttrycks i en social interaktion. Varje gest är ett uttryck av vad personen som utför dem vill få fram. Hen har en bild av vad gesten ska betyda och en förhoppning om hur mottagaren kommer att uppfatta den. Mottagaren gör därefter en tolkning av gesten utifrån vad denne tror att utföraren av den menar. När individerna tolkar gesterna på samma sätt uppstår ett samförstånd (Blumer 1986:9). Vi menar att handlingar på SNS som till exempel lajks, kommentarer och delandet av bilder kan ses som gester, ett resonemang vi kommer att utveckla i analysen. Detta leder oss in på ett annat viktigt begrepp inom den symboliska interaktionismen.

3.4 Triadiska interaktionssystemet

Ett tredelat interaktionssystem som ursprungligen beskrevs av Mead (1967:72) förklarar hur interaktionen mellan två aktörer sker genom en trefaldig relation mellan en gest och den första aktören, gesten och den andra aktören samt gesten och resterande delar i deras interaktion. Trost & Levin (2010) är de som beskriver förklaringsmodellen som ett triadiskt interaktionssystem (Trost & Levin 2010:118) medan Blumer benämner det som "*Meads triadic nature of meaning*" (Blumer, 1986:9) Det triadiska interaktionssystemet är ett sätt att förklara hur aktörernas tolkningar av gesten bidrar till meningsskapande i deras interaktion

med varandra. När tolkningarna av aktörerna överensstämmer skapas det mening och det är när mening uppstår som interaktionen leder till att den kan fortsätta i samförstånd.

I namnet Social Networking Sites och det svenska sociala media tas den sociala biten för givet. Vi ämnar undersöka hur den sociala interaktionen ser ut i och med att informanterna beskriver och tolkar handlande på SNS. Till hjälp kommer vi således använda den symboliska interaktionismen i vår analys av resultatet.

3.5 Objekt

I sociala interaktioner agerar människan ständigt mot objekt. Dessa objekt är enligt Blumer allt som det ageras med eller mot när människor interagerar med varandra och kan delas in i tre kategorier. *Fysiska objekt*, som syftar till ting, *sociala objekt*, vilka består av människor och de roller de innehar och *abstrakta objekt*, som exempelvis innebär av människan skapade lagar, regler, åsikter och idéer (Blumer, 1986:10-11). Genom att intervjua användare av SNS ser vi vilka objekt som existerar i de sociala mediernas värld och hur dessa objekt tillskrivs olika meningar av individerna och hur det eventuellt påverkar hur de agerar på sociala medier.

4. Metod

I följande kapitel kommer vi att redogöra för hur vi gått tillväga för att samla in samt analysera materialet som skapats från studien. Våra metodologiska tillvägagångssätt samt forsknings- och kodningsansats kommer att motiveras och förklaras. Slutligen kommer studiens validitet och reliabilitet diskuteras och de etiska överväganden vi tagit hänsyn till.

4.1 Förstudie

I likhet med Aspers (2011) råd för att formulera en mer precis frågeställning och för att bestämma vilken metod som lämpar sig bäst för en specifik studie har vi utfört förstudier. Detta för att interagera med fältet som en förberedelse för huvudstudien. Mindre projekt kräver till exempel en testintervju eller en kortare observation (Aspers, 2011:15) varför vi utfört testintervjuer. Vi valde att utföra två parallella förstudier där vi helt enkelt gjorde varsin kortare intervju med varsin intervjuperson. Vi konstruerade en intervjuguide vardera men hade ett uttalat syfte och frågeställning som vi baserade våra intervjuguiden på. Syftet med två intervjuguiden var att se hur vi på enskilt håll förhöll oss till vårt syfte och vår frågeställning och sedan sammanslå guiderna till en, genom att se vilka frågor som genererade intressanta svar för studien. Vi kunde i och med det material och metoder vi använde till förstudien ha två perspektiv när vi sedan började förbereda det metodologiska tillvägagångssättet till vår huvudstudie. Eftersom vi använt oss av olika ansatser i förstudien kunde vi diskutera vad som vore bäst och mest relevant att använda. En av oss använde en statisk-dynamisk analysansats och den andra endast en statisk analys. Vi insåg att den statisk-dynamiska analysansatsen var relevant för vår studie då den förutom att studera relationen mellan teori, kod och kategori också tar upp en förändringsaspekt, antingen över tid eller mellan olika platser (Aspers, 2011:205). I huvudstudien används en statisk analys samt en dynamisk analys för skillnad mellan platser eller mer specifikt skillnad mellan olika SNS.

Även om studiens syfte och riktning ändrat skepnad sedan förstudierna finns det mycket som vi har kunnat nyttja i huvudstudien. Studien är fortfarande fokuserad på sociala medier men i de ursprungliga intervjuguiderna handlade frågorna till stor del om vad som drev användare att utföra olika ageranden på sociala medier eller att undvika att göra det. Många frågor

behölls dock till intervjuguiden (se bilaga 3) för huvudstudien men gjordes mer öppna för att få intervjupersonerna att ge mer reflekterande svar på grund av att det mer går i linje med den semistrukturerade intervjuens utformning då det öppnar upp för följdfrågor (Aspers, 2011:143).

4.2 Forskningsansats

Inom den kvalitativa forskningen är det social interaktion som ligger till grund för arbetet. (Aspers, 2011:37) Forskarens interaktion med informanterna och en underbyggd förståelse och öppenhet för dem är vad som är väsentligt vid kvalitativ forskning (Aspers, 2011:45). Aspers definierar den kvalitativa ansatsen som att forskaren vill skapa förståelse genom att kritiskt granska och ifrågasätta det vi tar för givet genom att närma sig fenomenet som undersöks. Det som gör kvalitativ forskning etnografisk är just denna vilja att förstå genom ett närmande (Aspers, 2011:14). Utgångspunkten för den tolkningsprocess som skall skapa förståelse är forskarens strävan efter att redogöra för informanternas mening med det som studeras. I en intervjusituation görs detta genom öppna intervjuer inom ett givet tema som forskaren undersöker och där intervjun liknar ett samtal (Aspers, 2011:139). Vare sig det är ett fenomen eller en aktivitet som studeras är det informanternas definition, uppfattning och tolkning av det som forskaren vill förstå (Aspers, 2011:43).

Vi definierar vår studie som etnografisk eftersom vi närmar oss våra intervjupersoner med kvalitativa, öppna intervjuer för att undersöka deras egna tolkningar av sitt handlande på sociala medier. Våra intervjuer är att ses som tematiskt öppna då våra intervjuer liknar samtalets karaktär snarare än en regelrätt intervju med frågor och svar. Denna typ av öppen intervju är att beteckna som etnografisk (Aspers, 2011:139) Vi lyfter upp och ifrågasätter det sociala i sociala medier och undersöker vad det egentligen är för tolkningar hos intervjupersonen som påverkar deras handlande. Det är just intervjupersonernas egna tolkningar av handlandet som vi ämnar undersöka och ta fasta på.

4.3 Material

I detta kapitel beskriver vi ingående på vilket sätt vi samlat in vårt empiriska material vilket består av kvalitativa intervjuer som transkriberats, kodats och analyserats. Vi redogör därefter

för de sociala medier vi valt att fokusera på för att ge en bild av hur användandet på Facebook, Instagram och Snapchat kan se ut så att det blir lättare att förstå och navigera i senare analys och resultat.

4.3.1 Kvalitativ intervju

Aspers definierar intervju som en samtalsrelation där forskaren har som avsikt att förstå den person som samtalet förs med. Att forskaren får ta del av fältet för att skapa ett empiriskt underlag ligger till grund för metoden och den har används flitigt inom humanistiska och samhällsvetenskapliga forskningsområden (Aspers, 2011:139). Trost skriver att den kvalitativa studien lämpar sig för studier där man försöker förstå människors sätt att reagera, resonera och för att särskilja samt urskilja speciella handlingsmönster (Trost, 2005:14). Därför anser vi att den kvalitativa intervjun lämpar sig väl som metod. Intervjuer kan konstrueras med olika grad av standardisering vilket innebär i vilken grad de utförs på samma sätt (Trost, 2005:19). Huvuddragen har funnits från början i intervjuguiden men vi har under arbetet med datainsamlingen kunnat justera intervjuguiden marginellt mellan intervjuerna för att bättre tjäna vårt syfte, detta har i huvudsak varit frågor som plockats bort ur guiden då vi inte såg de som relevanta för studiens syfte. Vi betecknar därför intervjuerna med relativt hög grad av standardisering då intervjupersonerna till stor del fick samma eller liknande frågor och alla intervjuer utfördes i en miljö där det endast var intervjuare och intervjuperson närvarande. En ytterligare aspekt av intervju är graden av strukturering. I intervjustudier innebär det förenklat att en intervju har hög struktur om den är strukturerad vad gäller till exempel frågor och följderna av dessa (Aspers, 2011:20). Vi har valt att utforma semistrukturerade intervjuer vilket innebär att vi i förväg planerat vilka områden vi vill undersöka och formulerat ett antal frågor utifrån dem men samtidigt ha utrymme för att följa upp svaren med följdfrågor (Aspers, 2011:143). Vi menar att följdfrågor är en viktig del för att få ett så fullständigt och bra material som möjligt då vi kan nå empiri som annars riskerat att förloras, varför vi valt denna strukturingsgrad. De förutbestämda frågorna sammanställdes i en intervjuguide. Trost menar att en kort intervjuguide som täcker stora delområden är optimalt för att låta intervjupersonen bestämma ordning och delasppekter av intervjun. Att lära sig dokumentet med frågorna är av stor vikt för att kunna arbeta

självständigt under intervjun (Trost, 2005:50), varför vi såg till att göra oss välbekanta med guiden och ha god föreställning om syftet innan empirin samlades in.

4.3.2 Platser

I vårt insamlade material fokuserar vi på tre olika sociala medier: Facebook, Instagram och Snapchat. Den främsta orsaken till detta är att de är de tre mest förekommande SNS i vårt empiriska material och att vi har lyckats se hur olika SNS påverkat tolkningen av handlingar som utförs av eller mot de informanter som deltagit i vår studie. I enlighet med den statistisk-dynamiska analysen har vi därför valt att benämna Facebook, Instagram och Snapchat som varsin plats där intervjupersonen tolkar handlingar olika. Vi kommer nu kortfattat beskriva dessa platser var för sig för att skapa en förförståelse för hur de olika handlingarna som kommer tas upp existerar i den givna platsen. Andra SNS som förekommit i intervjuerna men inte kommer behandlas ingående är exempelvis Twitter, LinkedIn och Pinterest på grund av att de helt enkelt inte genererat något avsevärt empiriskt material.

4.3.2.1 Facebook

Facebook är en SNS där personen skapar en användarprofil i sitt eget namn och därefter skapar relationer med andra användare. Dessa så kallade vänner hamnar i en lista med vänner som individen själv men också andra kan navigera i. Facebook uppmuntrar till social interaktion genom chatt-funktionen Messenger med vilken användaren kan prata med sina vänner i konversationer med två eller flera inblandade. Publicering av text eller bild görs ofta genom så kallade statusuppdateringar där användaren förmedlar något till andra användare genom ofta korta meddelanden, länkar och/eller bilder. Dessa statusuppdateringar syns därefter för de som följer eller är vän med personen, i deras egna flöden. Uppdateringarna kan av personen själv, vänner och ibland också andra användare kommenteras och lajkas. Lajks är en funktion som, med hjälp av ett knapptryck, visar att man uppskattar, gillar eller håller med det personen publicerat. Ett annat sätt att interagera med andra användare är att bli medlem i olika grupper eller lajka särskilda sidor. Sidorna och grupperna har teman som exempelvis humor, politik, kultur eller nyheter. Har man blivit medlem av gruppen eller lajkat sidan dyker det som delas där upp i ens eget flöde. Det flöde som nämnts ett par gånger fungerar ungefär som en startside för varje enskild användares Facebook. I detta flöde dyker

allt upp som delas av de sidor man gillar, de grupper man är medlem i och ens vänners aktiviteter. Kommentarer som då görs på det som delas leder ofta till diskussioner och debatter mellan användarna. Kortfattat bjuder Facebooks utformning in till på olika sätt social interaktion mellan dess användare.

4.3.2.2 Instagram

Instagram är en applikation till smarttelefoner och läsplattor vars fokus ligger, till skillnad från Facebook, nästan enbart på delandet av bilder och video. Precis som på Facebook skapar varje person en användare som dock inte nödvändigtvis behöver vara i personens riktiga namn utan ett alias man själv väljer. Därefter följer man andra användare som, beroende på om man har en privat eller offentlig profil, behöver tacka ja till detta aktivt eller inte. Genom att följa användare har man tillgång till deras bibliotek av publicerade bilder och videor och när denne publicerar något nytt, syns det precis som på Facebook i följarnas egna flöden. Bilder och videor kan kommenteras och lajkas av alla följare vilket är huvudsyftet med appen. Det finns också en chatt-funktion på Instagram som kan användas till att dela bilder och videor från olika användare direkt till en grupp vänner och följare eller för textkonversation.

4.3.2.3 Snapchat

Snapchat är även det en applikation för smarttelefoner och läsplattor som är till för delandet av bilder och korta videor. Den stora skillnaden mellan Instagram och Snapchat är att bilder och videor som delas av en person till dennes följare försvinner efter 1-10 sekunder efter mottagaren öppnat bilden beroende på avsändarens inställning. Utöver det direkta delandet av en bild eller video till utvalda följare finns också möjligheten användaren själv publicerar något på sin så kallade Min Story där det som publiceras ligger kvar i 24 timmar och personens alla följare kan ta del av flera gånger under denna period. För att kort återgå till begreppet SNS och dess definition finns här ett kriterium som Snapchat inte uppfyller vilket är att en lista med användarens relationer/vänner/följare ska kunna navigeras av andra användare. Vi har dock valt att ta med Snapchat och benämna det som en SNS i vår studie då vi tycker att den uppfyller resten av de kriterier som Boyd & Ellison (2007) beskriver. Dessutom, enligt vårt empiriska material, har intervjupersonerna nämnt Snapchat som ett av

de sociala medier de använder utan att vi direkt ställt frågan om just Snapchat. Därför använder vi Snapchat i vår studie och benämner det som en SNS.

I det kodade materialet har vi lyckats urskilja flera olika handlingar användarna av de olika sociala medierna utför. I enlighet med den statisk-dynamiska analysansatsen har de olika sociala medierna kodats som platser där handlingar utförs.

4.3.3 Urval

Vi har i enlighet med Trosts (2005) förklaringar om urval vid kvalitativa intervjuer valt att göra ett strategiskt urval av våra intervjupersoner. Detta för att få en bred varians mellan intervjupersonerna då de inte behöver vara representativa för en större population. Strategiskt urval innebär kortfattat att man väljer ut ett antal egenskaper hos intervjupersonerna som är av teoretisk betydelse. Trost (2005:117) menar att det ska "*vara heterogent inom den givna homogeniteten*", vilket betyder att intervjupersonerna delar det vi avser att studera (att de använder sociala medier och är mellan 18-25 år gamla) men skiljer sig i övrigt när det gäller hur mycket de själv uppfattar att de använder sociala medier. Då vår urvalsgrupp inte är så bred blir skillnaderna mellan intervjupersonernas ålder inte särskilt stor men den är varierad i den mån det är möjligt. Vi valde till en början ett par personer som vi känner personligen och bedömde efter intervjun vilken typ av person vi ville intervjua närmast, det vill säga vi fick en uppfattning om hur mycket intervjupersonen använde sociala medier och för att undvika att bara intervjua personer som använde sociala medier lika mycket valde vi att fråga personer som inte hade samma användningsmängd som den tidigare. Detta är att beteckna som en varians av strategiskt urval då vi har en homogen grupp, "unga vuxna sociala medie-användare", men de skiljer sig något i ålder och i hur aktiva de är på sociala medier.

Vi har utfört tio intervjuer med personer i åldrarna 19-25 år. Enligt Kvale och Brinkmann (2014) är det enkla men något oklara svaret att man bör intervjua så många som behövs (Kvale och Brinkmann, 2014:156) vilket överensstämmer med Trost (2005) som fortsätter med att det kan räcka med under tio och att detta ofta beror på tids- och kostnadsaspekter (Trost, 2005:123). Viktigt att komma ihåg är att fler intervjuer än så kan göra materialet svårt att hantera och att det inte nödvändigtvis gör en kvalitativ studie bättre och mer tillförlitlig.

4.4 Kodning

Intervjuerna transkriberades successivt vartefter de utfördes. De transkriberade materialet kodades sedan med en variation på marginalmetoden (Aspers, 2011:185) genom att skriva ut det transkriberade materialet och använda siffrorna varje kod tilldelats i kodschemat (se bilaga 1) som en markering vid ord, meningar eller hela stycken i transkriberingen. Detta gjordes då vi såg det som ett snabbt, effektivt men ändå tydligt sätt att koda igenom materialet. För att skapa teman använde vi oss av begrepp ur vår teori med undantag för temat *platser*, *bakgrundskoder* och *åskådare*. De övriga temana som hämtats ur vår teoretiska begreppsapparat är *aktörer*, *handling*, *tillskriven mening av handling* och *objekt*. *Bakgrundskoder* är till för att koda vilket kön intervjupersonen tillskriver sig. *Aktör*-temat är till för att beskriva vilka aktörer informanten pratar om när denne beskriver sina handlingar på SNS. *Handling* är ett tema som samlar olika passiva och aktiva handlingar vi kan urskilja ur det transkriberade materialet. *Tillskriven mening av handling* syftar till att samla koder som beskriver hur informanterna tolkar sina egna handlingar men också andras handlingar som på något sätt riktas mot informanten. Temat *platser* är till för att sätta handlingen i ett sammanhang eller mer exakt på vilken SNS som handlingarna sker men innefattar också koder som *Övriga internet* och *IRL (In Real Life)*. *Objekt* är till för att urskilja mot vilka ting intervjupersonerna agerat mot eller med. *Åskådare* är ett tema som syftar till att förklara vilka som tar del av det intervjupersonen delar

4.5 Analysansats

Som tidigare nämnts gjordes två separata förstudier inför denna huvudstudie. Den ena studien gjordes med en statisk-dynamisk analysansats och den andra endast statiskt. Den statiska, eller direkta innehållsanalysen, används genom att med hjälp av en bakomliggande teori analysera det kodade materialet. Teoretiska begrepp används för att förklara teman och ställs i relation till ord eller fraser ur empirin som namngett koder. Det den dynamiska ansatsen adderar till den statiska är att man också undersöker förändringar eller skillnader i tid och/eller platser (Aspers, 2011:205). Efter förstudierna insåg vi att det inte fanns någon relevans för en dynamisk analys då vi i det ursprungliga syftet inte tog hänsyn till varken olika platser eller förändring av tid. När syftet och studien senare omformades blev den dynamiska ansatsen på nytt intressant då vi genom insamlandet av empiriskt material såg att

handlingar kunde se olika ut på olika platser, det vill säga olika SNS. Till huvudstudien har vi därför valt att göra en statisk-dynamisk analys av det kodade materialet. Vi analyserar med andra ord vårt resultat genom att undersöka förhållandet mellan teoretiska begrepp och empiriskt material men också lyfta upp hur handlingar och tolkningar av handlande också är kopplat till en särskild SNS.

4.6 Validitet och reliabilitet

Inom den kvalitativa forskningen är det viktigt att säkerställa studiens reliabilitet och validitet. Till hjälp inspireras vi av Creswell (2007) och två av hans strategier för att öka validiteten och hans principer för att öka reliabiliteten. Här nedan presenteras kortfattat de validitetsstrategier vi har tagit hänsyn till för att öka studiens giltighet och tillförlitlighet.

För att öka validiteten är det bland annat viktigt med vad Creswell kallar *triangulering*. Detta innebär i korta drag att forskaren använder sig av flera källor, metoder och teorier för att bestyrka vad man kommit fram till. Hittar man bekräftelse för detta på flera ställen ökar det studiens validitet. I viss mån har det varit möjligt att göra detta. Insamlingsmetoden har endast varit intervjuer och den teoretiska utgångspunkten endast symbolisk interaktionism men vi har använt ett brett utbud av källor från tidigare forskning, för metoden och tre källor för teorin för att öka tyngden i studiens resultat. Vidare är det viktigt med så kallad *peer review*, vilket betyder att en person som inte varit med och bedrivit studien ställer kritiska frågor om studiens metod, teorier, tolkningar och andra tillvägagångssätt. Detta har gjorts under hela studiens process då olika studiekamrater och en handledare kommit med synpunkter och tips på det som skrivits och hur vi kan fortgå.

Creswell (2007) menar att reliabiliteten i studien höjs med ett så kallad *intercoder agreement*. Detta innebär att olika kodare kodar samma transkribering för att se huruvida de överensstämmer. Man arbetar sedan tillsammans med att skapa ett övergripande kodschema för nästkommande kodningar. Därefter kodar man nya texter utifrån kodschemat och jämför ytterligare hur de överensstämmer (Creswell, 2007). Ju högre överensstämmighet, desto högre reliabilitet. I vårt fall har vi använt oss av varandra. Vi har båda läst igenom varandras

kodningar för att säkerställa att vi skulle kodat på liknande sätt samt diskuterat fram vilka koder och teman vi väljer använda för olika ord, fraser och hela stycken.

4.7 Etiska överväganden

För att säkra samhällets utveckling krävs forskning. Hög kvalitet är ett krav för att få bedriva forskning och även att individer inte skall råka fysiskt eller psykiskt illa ut. För att försäkra sig om att dessa riktlinjer efterföljs har Vetenskapsrådet (2011) sammanställt en skrift som kortfattat presenterar forskarens roll i forskningsprocessen som den uppfattas idag. Kraven förankras i vanliga normer och värderingar i dagens samhälle (Vetenskapsrådet, 2011:16). Två av de krav vi tagit störst hänsyn till är de som rör information till intervjupersonerna samt inhämtat samtycke från dem. Deltagarna ska innan fältstudien utförs, få noggrann information om vad studien innebär och vad den har för syfte. De ska även bli uppmärksammade på att deltagandet är frivilligt och att de när som helst kan avbryta intervjun. Samtycke till deltagandet skall sedan inhämtas och bör vara skriftligt (Vetenskapsrådet, 2011:43). Vi har närmat oss detta krav genom att först fråga våra intervjupersoner om deras intresse för att delta. Därefter, vid det bestämda tillfället då intervjun ämnats utföras, har vi inlett med att läsa upp ett tidigare formulerat informationsbrev (se bilaga 2) som de fått godkänna och också gett dem möjlighet att underteckna detta, utifall de så önskade vilket ingen informant gjorde.

Ett ytterligare krav vi tagit stor hänsyn till är det som benämns anonymisering eller avidentifiering. Detta innebär att forskaren inte beskriver intervjupersonen i sin forskning så att det är möjligt att identifiera denna för att skydda dennes integritet (Vetenskapsrådet, 2011:68). Vi har i denna studie endast hänvisat till våra intervjupersoner med deras kön och ålder, vilket gör att vi kan fastställa dem som anonymiserade. Vidare har material såsom inspelade ljudfiler, transkriberingar med mera förvarats otillgängligt för utomstående personer för att inte riskera röja intervjupersonernas identitet. Däremot kan vi, i enlighet med Vetenskapsrådets skrift, aldrig garantera intervjupersonerna att materialet som insamlats under studien aldrig kommer ses av några utanför forskningsgruppen, då detta kan vara befogat och nödvändigt (Vetenskapsrådet, 2011:69). För att ändå värna om

intervjupersonernas integritet har vi garanterat dem att det insamlade materialet endast kommer att användas till det tydligt angivna forskningsändamålet.

5. Analys och resultat

Detta kapitel ämnar presentera resultatet av intervjustudien och en analys av resultatet för att ge studien mening. Detta görs med hjälp av den symboliska interaktionismen vi tidigare presenterat i teoriavsnittet. Vi använder oss av det transkriberade och kodade materialet från intervjuerna för att applicera relevanta teoretiska begrepp och skapa förståelse och mening i personernas utsagor samt att bidra med en egen analys av vad vi kommit fram till är det sociala i sociala medier. Vi har valt benämna våra intervjupersoner med K för kvinna respektive M för man och därefter deras ålder för att lättare kunna navigera bland utsagorna.

5.1 Mänskliga grupper som och inom SNS

I detta kapitel skall vi fokusera på de grupper som flertalet av intervjupersonerna beskriver. Vi kommer redogöra för två sätt att urskilja den symboliskt interaktionistiska synsättet på grupper i detta kapitel. Inledningsvis kommer vi att beskriva olika typer av grupper som existerar inom Facebook och sedan Facebook, Instagram och Snapchat som separata grupper i sig.

Intervjupersonerna berättar att de på Facebook har olika grupper med sina vänner, både genom Facebooks messenger-funktion som enbart utgörs av direkta meddelanden till de andra medlemmarna och också grupper där medlemmarna har en gemensam "sida" som kan nyttjas för diverse inlägg. De mänskliga grupperna som Blumer beskriver, där individen ständigt agerar med andra aktörer, menar vi kan tillämpas på detta "gruppfenomen" som återfinns på Facebook. En intervjuperson beskriver:

Citat 1. K19: *"Jag är med i så himla många grupper och klubbar och organisationer och så, så att jag kollar och jag vill gärna ha koll på dom och när man scrollar så kommer ju det upp, av sig självt liksom så.. Dom har jag ganska god koll på. Ah jag är mer så, så jag inte missar nånting."*

Även då man kan uppfatta personens handling som passiv vill vi betona att uttrycket "hålla koll" ändå antyder att personen aktiverar sig i ett försöka att inte "missa någonting", som hon uttrycker det. Handlingen skulle kunna preciseras som att "uppdatera sig" genom att

regelbundet vara online på sidorna där grupperna förekommer. Då detta är att betrakta som en aktiv handling är det också en social handling och ett sätt för intervjupersonen att förhålla sig till sin sociala omgivning och sin grupptillhörighet. En annan kvinna svarar följande på en fråga om hur mycket hon tar del av det som skrivs i en av de gruppkonversationer hon deltar i:

Citat 2. K22b: *“Ibland gör jag det [...] och ibland skriver jag liksom men det är mest för att visa att jag finns kvar (skratt).”*

Dessa personer har på grund av gruppen en pågående interaktion med varandra. Vi tolkar det som att intervjupersonerna endast tillhör gruppen då interaktionen är pågående och försvinner deras eget handlande riskerar individen att uteslutas. För att inte bli utesluten känner intervjupersonerna ett behov av att “hålla koll” på vad som skrivs av de andra medlemmarna. Önskan att inte vilja “missa någonting” menar vi grundar sig i att de inte vill undgå information och samtidigt kunna ge de övriga gruppmedlemmarnas inlägg en handlingsrespons för att inte förbli passiv i interaktionen och därmed i hela gruppen. Interaktion kräver någon typ av socialt utbyte mellan fler personer och intervjupersonerna i de två exemplen ovan vill inte riskera att hamna utanför den. Blumer (1986) resonerar om risken att bli utesluten ur samhället då individens handlingar inte längre matchar de andra gruppmedlemmarnas och vi menar därför att det är applicerbart på denna situation där utgången istället kan bli att exkluderas från gruppen. K22b och K19 förhåller sig till sina grupper och deras handlingar i ett ständigt arbete att undvika exkludering. Är personen inte delaktig i gruppens pågående interaktion online riskerar hen att bli utesluten. För att undvika detta känner K22b och K19 mer eller mindre ett behov av att vara uppdaterad på och delaktig i interaktionen i gruppen.

Gränsen för vad som kan benämnas som grupp eller ej är ganska suddiga på SNS. En person har ofta flera gruppkonversationer med olika konstellationer av vänner där den interagerar. På Snapchat är grupper ännu svårare att definiera än på exempelvis Facebook då en person skickar bilder till flera personer samtidigt. Personer som avsändaren ser som medlemmar i dennes grupp. De som mottager bilden är nödvändigtvis inte medvetna om vilka andra som tar del av bilden de får skickad till sig, och vet således inte vilka de andra medlemmarna i

gruppen är. Den stora anledningen till detta är faktumet att det upplevs enkelt och effektivt att dela med sig av information till de andra i gruppen, vilket illustreras med följande exempel:

Citat 3. K22a: *“Jag tror framförallt för att asså det finns ju så mycket smarta funktioner. Ta Snapchat till exempel. Om jag bara skulle ta en bild på nånting så skulle det bli mera omständigt att gå in och ta en bild och sen skicka den medan på Snapchat så är det redan förinställt så att du gå in och bara skickar iväg en bild. Och sen kan man ju också skicka till massa personer samtidigt.”*

Istället för att skriva personliga meddelanden till var och en i den grupp som K22a vill nå, kan hon här interagera med flera samtidigt. Dessa människor måste inte interagera med varandra men det ter sig som att K22a och var och en av de mottagande personerna har en egen konversation. SNS är ett sätt för individen att kunna ha en pågående interaktion med många samtidigt vilket ger en känsla av en starkare relation med de hon interagerar med.

Deltagandet i de mänskliga grupper som finns på SNS, som ofta utgörs av små riktade handlingar mot andra medlemmar i gruppen, är en del i ett större socialt samspel och intervjupersonerna utför ständigt dessa små handlingar för att bekräfta sitt medlemskap i den grupp de är en del av för att inte riskera att uteslutas.

5.2 Skillnader mellan SNS

Det andra synsättet vi utgår ifrån är att se Facebook, Instagram och Snapchat i sig själva som olika typer av mänskliga grupper. Dessa SNS har handlingsmönster som ses helt accepterade av dess användare men som ändå skiljer sig åt mellan de olika sociala medierna. En av aspekterna av Blumers mänskliga grupper är att gruppmedlemmarna skall använda sig av handlingsmönster som matchar varandra, vilket de till stor del gör inom en specifikt angiven SNS. Däremot skiljer sig handlandet åt dessa sociala medier emellan. Givetvis har inte alla exakt samma tankar om vad som skall och bör publiceras eller hur man ska besvara det som läggs upp eller delas. Det märks dock tydligt i det transkriberade materialet att intervjupersonerna har klara åsikter om vad som skiljer de olika sociala medierna åt vad gäller handling. Till exempel hur intima alternativt offentliga de är och hur det påverkar hur

man handlar. En av intervjupersonerna jämför Snapchat med de andra medierna Facebook och Instagram och resonerar kring vad som skiljer dem åt:

Citat 4. K22a: *“Det beror på att det är mer intimt. Snapchat är verkligen bilder från ens vardag...och nu finns det ju filter men det är ju oftast filterfritt. Och det tycker jag inte att...alla behöver se..”*

Då aktörer på en specifik SNS ofta har liknande tankar och också förutsätter att de övriga medlemmarna känner likadant om vad som är ett accepterat sätt att handla, väljer vi att omnämna dessa sidor som mänskliga grupper. Just att individen utgår ifrån att medlemmarna inom samma nätverk har ett liknande synsätt på medierna förenar dem. Som tidigare nämnt utgår Blumers syn på mänskliga grupper från att enskilda individer agerar med och mot varandra. En person som förväntar sig hur någon kommer att agera mot den och därefter agerar på ett sätt som “matchar” den eventuella handlingen, motiverar att vi kan kalla SNS för mänskliga grupper.

Undersöker vi vårt insamlade material kan vi se stora likheter i våra intervjupersoners utsagor kring handling vad gäller offentlighet, vad som är okej att publicera och vilka någon väljer att ha en relation med på SNS. Följande exempel visar hur intervjupersonerna ser på hur handlingar och mönster ser olika ut på olika SNS:

Citat 5. K22a: *“De har ju liksom olika anpassningar till vardagen, hur man vill kommunicera. Ta Snapchat på en bild, det kan vara Instagram för att sprida en annan bild man tagit som man vill ska finnas kvar och sen Facebook som är praktiskt för att man kan ha enkla gruppmeddelanden.”*

Citat 6. K22b: *“På till exempel Facebook så lägger jag inte upp så mycket för det går ut till alla och sen på Instagram så kan man ändå selektera lite grann. Det är inte så att jag tror att min arbetsgivare går in och kollar på Instagram på samma sätt. Det är nog lättare på Facebook när man kan söka på namnet.”*

Citat 7. K24: *“På Instagram så har jag begränsat vilka som kan se vad jag lägger upp och*

jag får ju godkänna vilka som kan följa mig så det är ju bara folk som jag känner, och då känns det lättare att lägga upp då det inte är så många[...]för med Facebook är det över 400 personer som kan se och då är det folk som jag vet inte är genuint intresserade av mig utan bara vill ha mig som kompis[...]så då blir det liksom lättare att lägga upp på Instagram.”

Citat 8. M22: *“Jag upplever att syftet med Snapchat är att dela med sig av saker som liksom händer i stunden och lite mer privat att “det här händer nu” och det vill jag liksom inte att hela världen ska se utan jag skickar bara till de jag tycker är relevanta mottagare.”*

Citat 9. K23: *“..man måste ju tänka på..speciellt på Facebook om man ibland typ lägger upp en video [...] för då pratar du ju och förmedlar dina åsikter men lägger du bara upp en bild på Instagram med lite text eller en Facebook-status då kan människor tolka det precis som de vill, de vet ju inte vad du menar eller varför du skriver som du gör.”*

Individer tillskriver mening till de objekt som de agerar mot eller i förhållande till enligt den symboliska interaktionismen. I ovanstående citat kan vi se exempel från fem intervjupersoner som diskuterar vad de tolkar görs eller hur de tolkar hur de själva agerar på olika sociala medier. Resonemanget om att olika handlingar görs beroende på SNS är ganska tydligt men också att skillnaden i handlandet ofta beror på vilka man når ut till genom att eventuellt lägga upp eller dela bilder eller text. Flera av våra intervjupersoner motiverar sitt val att oftast inte posta på Facebook med att man når ut till för många och jämför med Instagram eller Snapchat där man lättare kan rikta det man delar till personer man vill ska ta del av det. Handlingarna motiveras därmed av vilka som mottager handlingen. Handlingen ska tolkas på samma sätt av den som delar med sig av något som av de som mottar det, vilket är det som definierar en meningsfull interaktion. Ju fler man delar till, desto större är risken att någon kommer att misstolka din avsikt med delandet. Om man specifikt granskar citat 9 kan detta bero på att korta texter och/eller en stillbild av något gör att meningar försvinner och feltolkas då kroppsliga gester uteblir. Som nämnt under teori-avsnittet i denna studie skapas endast riktig mening, enligt Mead (1976), när en så kallad trefaldig relation mellan första personen och en handling, den andra personen och handling och handlingen i förhållande till kommande sociala faser i interaktionen, vilket senare har benämnts som det triadiska interaktionssystemet (Troost och Levin, 2010:118-119). Förenklat sett behöver dessa tre delar

överensstämma med varandra för att den sociala interaktionen ska vara meningsfull; att de interagerande individerna tolkar gesten på samma sätt, vilket är de två första delarna och att den tolkningen sen gör att efterkommande sociala handlingar utgår ifrån den tolkningen, vilket utgör den tredje delen. Vi återkommer här ännu en gång till vikten av att tolkning av objekt och handling är samstämmig inom gruppen och menar att vi i intervjupersonernas uttalanden styrker detta symboliskt interaktionistiska resonemang.

I och med att vi kan urskilja interaktion genom det triadiska interaktionssystemet i de uttalanden som intervjupersonerna gör vill vi visa på skillnaderna mellan att vara social på olika SNS. Här förstärks vårt tidigare resonemang om det sociala i sociala medier och tillför hur det kan se olika ut i olika grupper när handlingarna tolkas olika ur ett socialt perspektiv. Alla handlingar är sociala men det krävs samma meningsskapande mellan medlemmarna i vardera grupp för att interaktionen ska bli just meningsfull och därmed bekräfta gruppens förhållningssätt för handling.

Genom att visa på ett exempel där intervjupersoner har skilda åsikter om hur de ser på kontakter på Facebook vill vi ytterligare förstärka ovanstående resonemang. Två av intervjupersonerna resonerade kring hur offentligt Facebook är och vilka de väljer att ha en kompisrelation med där. Den första personens berättar:

Citat 10. K22a: *“Det är väl, jag skulle inte säga att det är flest vänner. Jag tror att dom flesta är bekanta.”*

Hon beskriver här att de flesta på hennes facebooksida inte är vänner utan bekanta vilket vi tolkar innebär att hon inte känner att Facebook är ett särskilt privat forum. Av den anledningen låter hon personer hon inte känner särskilt väl se innehållet på sin profil. Hade hon känt annorlunda kanske hon snarare resonerat mer likt nästa intervjuperson:

Citat 11. K21: *“Ah, Facebook känns mer privat för att man ändå kan skriva till varann och sådär. Det känns mer.. Det känns mer privat.”*

Vi tolkar att denna person istället anser att Facebook är ett privat forum eftersom det är möjligt att ha en mer intim interaktion med de man har en relation med på sidan. Av den anledningen väljer hon att inte acceptera bekanta till sitt kontaktregister på Facebook. Vi kan se här att dessa två personers resonemang och deras uttal skiljer sig i frågan kring vilka man bör ha en kompisrelation med på Facebook. När en bekant till K21 vill lägga till henne till sin vänlista accepterar hon dem inte då hon inte anser att de är tillräckligt nära vänner. Personen som skickat vänförfrågan delar uppenbarligen inte hennes värderingar kring vilka man bör ha en kompisrelation med på Facebook och vi resonerar här att det lätt skulle kunna ske ett missförstånd som resulterar att personerna reflekterar kring deras relation offline. Analyserar vi denna situation med hjälp av Meads triadiska interaktionssystem kan vi tänka oss att aktörernas olika tolkningar av den första handlingen, i det här fallet att skicka en vänförfrågan, bidrar till ett misslyckat meningsskapande i interaktionen mellan dem. Som tidigare nämnt så skapas mening när tolkningarna överensstämmer vilket leder till samförstånd. Ur ett större perspektiv kan dessa citat också säga oss att Facebook som grupp kan betyda olika saker för olika användare. För vissa kan det ses som ett privat forum där man endast har relationer med sina nära och kära medan det för andra kan ses som en öppen SNS där man har mycket relationer med bekanta. Det vi vill ta fasta på är just det faktum att intervjupersonerna har en bild av hur gruppen Facebook ser ut för dem. Att det skiljer sig emellan dem är inte relevant så länge de inte personligen ska försöka interagera med varandra.

Vi kan på flera sätt urskilja hur handlingar och generellt användande ser olika ut för våra intervjupersoner på olika SNS i vårt empiriska material. Detta hör ihop med det resonemang om handlingsmönster som leder till att normer sätts på SNS, vilket vi kommer behandla i ett framtida kapitel. En intervjuperson påpekar denna förändring med ett exempel på hur handlingar på Facebook förflyttats:

Citat 12. M25: *“Ja det har förändrats, för det har kommit andra sociala medier som har tagit över just de delarna så de har nischat in sig på till exempel bilder och Instagram eller händelser vilket är mer Snapchat.”*

På följdfrågan om han skulle lägga upp bilder på Facebook så svarar han att *“det känns lite*

utdaterat på något sätt”. Samma intervjuperson förklarar vad han istället gör på Facebook både tidigare och nu.

Citat 13. M25: *“Kärnan har alltid varit att man ska kunna höra av sig till folk och folk ska kunna höra av sig till mig och det tycker jag är oförändrat sen jag började [...] huvudsyftet har alltid varit att kunna kommunicera med folk.”*

Det vi ser i citat 13 från M25 är hur han skiljer dessa SNS åt genom att förklara vad han använder dem till. De är båda SNS men de skiljer sig åt i hur han handlar på dem. Den ena SNS ersätter inte den andra men det finns normer för vilka handlingar som utförs på vilken SNS menar M25. Enligt den symboliska interaktionismen krävs det att man inom en viss mänsklig grupp tolkar objekt och handling på samma sätt som de andra aktörerna i gruppen. Hos M25 ser vi att trots att möjligheten för att lägga ut bilder på Facebook finns så menar han att det är utdaterat. Nu för tiden läggs bilder upp på Instagram eller så skickas de på Snapchat. Kommunikation och konversation i text hänvisas dock till Facebook trots att det finns meddelandefunktioner på både Snapchat och Instagram.

De flesta typer av handlingar på alla sociala medier är sociala och på något vis riktat mot någon annan. Vi menar att alla handlingar är till för någon typ av kommunikation med andra aktörer i samma grupp. Handlingarna tillskrivs olika mening mellan grupperna, men likvärdigt inom dem. Vad de olika kommunikationsverktygen är till för och ska användas till, definieras av gruppens medlemmar. På vilket sätt det sociala uttrycks på SNS skiljer sig mellan Facebook, Instagram och Snapchat men det sociala finns där. Genom lajks, kommentarer och delandet av text, bild eller video upprätthålls sociala relationer som intervjupersonerna har i det verkliga livet. Detta resonemang bygger vi på hur de olika intervjupersonerna svarat på frågor om handling och tolkning av handling på SNS i allmänhet och på varje SNS i synnerhet.

5.3 Normer

I slutet av ovanstående kapitel om skillnader mellan SNS diskuterar vi hur de handlingsmönster som existerar på olika SNS leder till normer för hur användarna av

respektive SNS manifesteras. I detta kapitel kommer vi att fördjupa oss i dessa normer och hur de kan förklaras genom intervjupersonernas enskilda handlingar.

En av de mest förekommande motiven till att agera på sociala medier, som vi kan härleda till vårt empiriska material, är att intervjupersonerna påverkats av de rådande normerna i gruppen de tillhör eller i sitt sociala sammanhang. Vi har lyckats urskilja att det meningsskapande som bekräftelsen innebär i interaktionen över SNS, leder till oskrivna regler eller normer för hur man bör handla i olika situationer som uppstår. Vad är okej eller rimligt att dela? I vilka sammanhang är det viktigt att lajka respektive kommentera? Enligt utsagor från våra intervjupersoner kan vi få hjälp att svara på detta och därmed lyckas urskilja de normer som intervjupersonerna menar existerar i det sociala samspelet på olika SNS.

Enligt den symboliska interaktionismen är begreppet objekt olika ting den mänskliga aktören ständigt agerar med, mot och i förhållande till. Dessa objekt tillskrivs mening av de interagerande individerna och blir därmed användbara. Det krävs med andra ord att det uppstår ett samförstånd kring vad ett objekt har för mening. Vi menar att vi kan definiera de normer som uppstår i grupperna som abstrakta objekt för att lättare kunna redogöra och skapa förståelse för hur dessa normer bildas, underhålls och förändras genom social interaktion. Genom att se normer som abstrakta objekt kan vi lättare förklara hur handlingsmönster återkommer och hur flera intervjupersoner reflekterar likvärdigt kring hur dessa handlingsmönster manifesteras i de normer som existerar på olika SNS. Vi kan se att dessa normer spelar in både när det handlar om motiven till att först börja använda sig av SNS samt motiven till att människor handlar på ett speciellt sätt på SNS. Inledningsvis lyfter vi fram exempel på motiven till att börja använda sig av SNS:

Citat 14. M22: *“Instagram va väl också såhär men jag provar å ser om det är kul. Alla har det, kan också prova. Och samma sak med Snapchat, jag tror inte att det va nåt medvetet såhär.. Utan det va mer att nåt blev rekommenderat eller att alla har det här, så då borde jag kanske prova det och se om jag gillar det. Jag har ju haft andra grejer också men dom har jag tagit bort, det här är dom som är kvar.”*

Personen konstaterar att både användningen av Instagram och Snapchat kan vara ett resultat av att "alla" andra redan var etablerade medlemmar vilket påverkade honom att själv bli delaktig i de grupperna. För att tolka normer ur ett symboliskt interaktionistiskt perspektiv omnämner vi olika SNS som mänskliga grupper men påpekar också hur mänskliga grupper i det verkliga livet påverkar ens handlingar på SNS. Mänskliga grupper i det verkliga livet och aktörerna i dessa grupper delar gemensamma värderingar och handlingsmönster, det vill säga att de tillskriver objekt samma mening. Genom att tolka M22s citat på detta sätt ser vi det som att om en mänsklig grupp i hans verkliga liv aktiverar sig på ett nytt sätt, till exempel aktiverar sig i en ny SNS, är det av stor vikt att han själv också gör det. Vi menar att normer delvis förenar människor men också gemensamt skapas och förändras i de grupper som redan existerar. När människor strävar efter att bli en del av gruppen kommer dessa normer reproduceras och fortsätta ha betydelse. I tidigare utsagor i kapitlet om mänskliga grupper inom SNS, citat 1 och 2, betonar vi vikten för personer att inte förbli passiv i interaktionen i en facebookgrupp och här kan vi se stora likheter. Av samma anledning som i de exemplen, att inte riskera exkludering från grupper, kommer normer påverka oss att vara homogena med omgivningen i våra handlingar.

Vad objekt tillskrivs för mening eller betydelse kan skilja sig mellan olika grupper men inte inom gruppen. Det som stärker gruppen är det faktum att de råder konsensus kring hur man tolkar meningen hos de objekt som aktörerna i gruppen handlar mot eller med. När detta samförstånd är etablerat börjar aktörerna i gruppen förvänta sig en viss typ av handlingsrespons på de handlingar de utför. Följande är ett citat från en av våra intervjupersoner där hon beskriver ett konkret exempel som beskriver ett generellt syfte med en gruppkonversation hon har med några av sina närmaste kompisar:

Citat 15. K24: *“Ja men till exempel hade jag ett inbokat möte med en person, så kom jag dit och knackar på så öppnar den här personen så visar det sig att jag kommit dit fel dag, jag skulle komma dagen efter, rätt tid men fel dag [...] jag tyckte det var skitjobbigt [...] det första jag gjorde var att jag ringde min kille och sa att jag mådde dåligt över det och så kände jag att jag måste få ut mer av det här så jag gick in i vår facebooktråd och skrev “fan jag kom på fel dag, jättepinsamt jag håller på och dö” och då får jag svar liksom senare “men herregud, må inte dåligt över det, det kan hända alla och “det är ju inte ditt fel” och så.. [...] sen var det*

nån mer som sa "men gud jag fattar det är skitjobbigt när det händer men det är ingen fara" och då känns det mer okej liksom."

Utifrån detta citat får vi reda på vad intervjupersonen kan använda sin gruppkonversation till. Exemplet i sig är inte särskilt dramatiskt men hennes vänner tolkar sättet K24 skriver på ett sådant sätt att de känner att de behöver peppa personen. Detta är även något som K24 väntar sig. Det råder helt enkelt ett samförstånd mellan aktörerna i gruppen. Frågan som föregår svaret i ovanstående exempel är ute efter ett typiskt exempel på vad hon skriver och hur de andra svarar. Detta meningsutbyte som i sin tur leder till att skapa denna norm för gruppen i fråga är ett exempel på Meads triadiska interaktionssystem. Den första handlingen är när K24 skriver om denna jobbiga och pinsamma händelse, hon har en tolkning av att det hon säger kommer att tolkas på ett likvärdigt sätt av de mottagande aktörerna. Att denna tolkning överensstämmer aktörerna emellan visas genom hur flera av dem svarar på ett sätt som gör att K24 känner sig lite bättre. Eftersom tolkningen samstämmer tillför det till gruppens gemensamma tolkning av det abstrakta objektet norm.

För att påpeka det faktum att normer är det som håller gruppen samman, att de har samma tolkning av detta abstrakta objekt, följer här ett exempel på risken med att endast tillhöra en verklig mänsklig grupp bestående av vänner men inte tillhöra gruppen Facebook. En av våra intervjupersoner resonerar som följer:

Citat 16. K21: *"Jag tror att man skulle kunna tappa vissa som.. Eller liksom som man inte kan höra av sig till. Om nån inte skulle ha Facebook till exempel så skulle det bli mycket svårt..."*

Personen menar att ifall någon av hennes kontakter offline inte befann sig på Facebook så skulle deras relation kunna bli lidande. Detta förstärker vår tolkning om att det är viktigt för individen att handla på ett sätt som matchar de övriga gruppmedlemmarna. Vi har även andra utsagor som går i linje med denna där intervjupersonerna betonar det praktiska i att kunna upprätthålla sina relationer när någon av parterna bland annat varit på resande fot eller bott i en annan stad. Vi menar därför att de SNS som etablerar sig i sociala sammanhang har en väldigt stor betydelse för att gruppens medlemmar ska fortsätta känna stark samhörighet till

övriga medlemmar och i och med det gruppen i sig. Om en av dem skulle ha ett avvikande beteende riskerar den nämligen att förlora sin grupptillhörighet.

Normerna som existerar inom olika grupper på SNS eller i grupperna SNS själva är dock inte huggna i sten, de är föränderliga, precis som Blumers förklaring av hur objektets mening inom en grupp ständigt förändras. Denna iakttagelse visar sig i nedanstående två citat från två olika intervjupersoner där frågan är om och hur deras användande av Facebook förändrats:

Citat 17. K22b: *“Absolut, det har det. [...] i början av Facebook så handlade mycket om statusuppdateringar, asså orden. Det har ju gått från ord till bilder känner jag, speciellt för mig, jag skriver aldrig längre nånting på Facebook [...] om det är nånting jag delar på Facebook är det bilder jag delar med mig av, men annars så är det Instagram och då är det ju bilder alltid..”*

Citat 18. K22a: *“Det har absolut förändrats. När jag var yngre så skrev jag liksom statusar hela tiden. [...] Fram till sexan kanske..men sen förändrades det lite och det var också lite trend att folk slutade och då slutade man själv att göra det och nu gör jag det inte alls.”*

Detta visar på objektens föränderliga karaktär. Handlingar eller gester som tidigare varit trend eller norm försvinner och antingen ger plats för nya normer eller förflyttas helt till andra platser. Det senare ser vi i citat 17. Den handling att dela bilder på Facebook har till stor del förflyttats för K22b från Facebook till Instagram. Vi har nu kunnat se hur användares enskilda handlingar ofta leder till normer i de grupper de tillhör. Handlingar blir handlingsmönster när gruppen är etablerad och det sociala definieras genom vilka handlingar som utförs och hur de tolkas av gruppens medlemmar.

5.4 Bekräftelse och meningsskapande

Vi har hittills beskrivit hur handlingar av olika slag på SNS är en del i det sociala samspelet och hur handlingar kan skilja sig mellan olika SNS. Genom detta skapas olika grupper och inom dessa grupper bildas och upprätthålls normer som medlemmarna ständigt förhåller sig till för att kunna fortsätta vara en del av gruppen. Det vi nu kommer att redogöra för är hur

detta upprätthållande ser ut mer konkret, vad olika typer av handlingar och dess sociala innebörd egentligen betyder och leder till i det större sociala sammanhanget för de interagerande aktörerna.

I de utsagor som våra intervjupersoner gjort har vi förstått att en stor del av handlingar som delandet av bilder/videor, text, lajks och kommentarer har att göra med olika typer av bekräftelser. Den bekräftelse vi syftar på är informanternas ständiga strävan att få sin uppfattning bekräftad av de som tar del av det hen delar med sig av. Man har alltid en tanke bakom när man delar något. Den tanken vill man få bekräftad av de som tar del av bilden, det är syftet med handlingen. En bild som läggs upp bekräftas genom lajks och kommentarer av personens vänner och följare. Den symboliska interaktionismen klargör att människor reagerar på vad de tolkar att någon annans handlingar innebär, snarare än på den faktiska handlingen (Trost och Levin, 2010; Blumer, 1986). En av intervjupersonerna resonerar kring hur hon känner kring lajkandet av bilder på SNS. Hon exemplifierar genom att ge två konkreta exempel att hon lajkat en nära väns bild på sociala medierna Facebook eller Instagram.

Citat 19. K21: *“Asså om jag la upp en bild då tänker jag ändå att den borde lajka tillbaka”*

Hon förklarar här att hon tillskriver en mening till delandet av bilden. Gesten att dela bilden symboliserar hennes tolkning av deras relation. Hon vill ha bekräftelse för att detta meningsskapande besvaras. Som tidigare nämnt menar den symboliska interaktionismen att en interaktion endast kan få mening om de parter som interagerar tillskriver samma mening till handlingarna. K21 beskriver detta resonemang i och med citatet ovan och tydliggör än mer med nedanstående citat:

Citat 20. K21: *“Ah.. det gör det nog. Man bekräftar sina relationer liksom.”*

Ur ett symboliskt interaktionistiskt perspektiv blir det väldigt tydligt här att K21 i fråga inte nödvändigtvis värdesätter det specifika utförandet av att lajka någons bild, utan att hon tillskriver handlingen en mening. Handlingen tolkas som ett sätt att bekräfta kompisrelationen man har med den andra aktören, där lajkandet endast utgör den symbol som används för att

påvisa detta. Om denna handling uteblir kan det skapa en osäkerhet kring vänskapen för intervjupersonen och dennes vän. Vi kan även se ett ytterligare uttalande från intervjupersonen när hon får frågan vad som gör att hon själv faktiskt väljer att lajka.

Citat 21. K21: *“Eh asså om det är.. om.. asså.. eh nä, jag vet inte. Jag tror jag lajkar dem flesta.”*

Här förstärks vår tidigare tolkning genom att påpeka en ytterligare aspekt. Det viktigaste är inte att personen i fråga faktiskt ska gilla innehållet som publicerats, utan att personen bekräftar sina relationer med sina vänner genom att utföra den handling som de, förhoppningsvis, gemensamt känner visar det. Det finns flera exempel på dessa handlingar som ofta går att härleda till förväntningar hos de interagerande individerna. Antingen förväntar sig en person som lägger upp en bild att den ska lajkas och kommenteras eller så förväntar sig personer som tar del av bilden att upphovsmakaren vill att den ska lajkas och kommenteras och därav utför handlingen. Ytterligare ett konkret exempel är följande svar på frågan om vad “sympatilajks” innebär då en av intervjupersonerna förklarat att hon ibland gör sådana på Instagram:

Citat 22. K23: *“Det innebär att till exempel ens bästa kompis lägger upp en bild så känner man sig lite taskig om man gillar massa andra bilder och hon ser det, och så har man kanske inte just fastnat vid den bilden förutom att det är hon som har lagt upp den så kanske man gillar den ändå. Man vill vara lite snäll.”*

Intervjupersonen använder här ett etablerat begrepp, “sympatilajks”, för att förklara just det handlingsmönster att hon endast visar uppskattning på grund av att hon tolkar upphovsmakarens avsikt med postandet av bilden som att denne är ute efter bekräftelse genom lajks. Varje enskild handling som intervjupersonerna och deras vänner över SNS utför tolkar vi som ett mönster som i sin tur bekräftar deras relation till varandra. Vi ser redan här hur de små handlingar som utförs mellan vänner manifesterar deras relation och visar hur minimal den sociala interaktionen kan vara på sociala medier. Det faktum att individernas relationer bekräftas genom lajks och kommentarer visar sig också i de utsagor som beskriver

hur de känner när nära och kära inte bekräftar, som i exemplet nedan där frågan är vilka K23 vill ska lajka bilden:

Citat 23. K23: *“Asså jag skulle bli lite sur om mina syskon eller mina närmsta kompisar inte gillar min bild för då känner jag liksom “varför gillar du inte bilden?””*

Det kan med andra ord skada hela relationen om den här bekräftelsen inte ges, det vill säga K23s tolkning av vad relationen mellan henne och hennes nära vänner och syskon har för betydelse rubbas när hon inte får en bild lajkad av dem. Handlingen att lägga upp en bild på Instagram kan till och med utebli då man är rädd för risken att vänner inte lajkar ens bild, enligt exemplet nedan där frågan är varför personen hellre föredrar Snapchat än Instagram och om hon inte gillar att få mycket likes:

Citat 24. K21: *“Jo, men då börjar man ändå såhär att “den har inte lajkat”, och jag tycker att sånt är jobbigt att behöva tänka på”*

K21 väljer hellre att använda Snapchat där möjligheten att bli lajkad inte ens finns, på grund av att hon vill undvika forum där man kan få lajks eftersom risken då även finns att man inte får det. Utsagorna från några av våra intervjupersoner visar att bekräftelse av relation genom lajks och kommentarer är så stark och viktig att man hellre undviker att dela med sig av bilder för att undvika att ens relation inte ska bekräftas. Får man ingen handlingsrespons på det man delar med sig av är det ointressant att dela med sig. Följande informant beskrev hur hon började använda Snapchat:

Citat 25. K23: *“..en av mina kompisar var ganska tidig så då började hon skicka snapchats och då ville ju hon att vi skulle skaffa så att hon skulle få någon respons..”*

Handlingsresponsen eller bekräftelsen är det som gör att K23s vän handlar på Snapchat. Att få ett svar genom en bild, video eller text tillbaka krävs för att interaktion på sociala medier överhuvudtaget ska existera. Som tidigare nämnt är det inte nödvändigtvis så att man själv har ett behov av att nå ut och dela med sig till andra utan att man ska få sina tolkningar av handlandet bekräftat genom någon typ av respons från sina vänner. Denna respons är ett svar

på hur vännerna ser på relationen och hur den sociala interaktionen ser ut mellan dem över sociala medier. Vi tolkar det på detta sätt då intervjupersonen formulerade sig som så att hennes vän “skulle få någon respons” och “ville att de skulle se det hon skickade på Snapchat” när hon bad K23 att registrera sig på Snapchat.

Genom vårt empiriska material ser vi tydligt hur bekräftelse återkommer som en central punkt till varför användarna delar med sig på olika sätt till varandra. De talar om bekräftelse som ett behov eller en strävan när de väljer att dela saker. Men bekräftelsen syns inte bara i de som delar med sig utan också i handlingarna som utförs av de som mottager bilder, video och text. Denna bekräftelse har två beståndsdelar. Delvis att bekräfta två eller flera vänners relation, men också ge personlig bekräftelse till den som delar. Flera exempel visar hur intervjupersonerna antingen själva söker bekräftelse genom att lägga upp en fin bild på sig själv eller stillar sin väns bekräftelsebehov genom att svara genom lajk eller kommentar på det som delats. En intervjuperson uttrycker sig som följer om en fråga angående förväntan på henne att lajka eller kommentera det som läggs upp av andra:

Citat 26. K24: *“En bekant typ som la upp på Facebook att han blivit pappa och jag har inte träffat den här personen på tre snart fyra år, har liksom inte haft nån kontakt med honom sen dess, och man känner att när någon lägger upp en sån stor grej, att man har blivit pappa, det är samma sak som när någon förlovat sig eller gift sig. Då känns det mer att det förväntas av en att man ska lajka fast jag egentligen inte bryr mig såhär jättemycket. Det blir mer som en grej att det gör man för att vara en bra människa.”*

Hon gör här, precis som tidigare exemplifierats, en tolkning av vad personens avsikt var med handlingen att dela att han blivit pappa. Skillnaden här är att hon inte tänker på att bekräfta deras relation, då den ändå inte varit aktiv på flera år. Utan snarare för att vara en bra människa, det förväntas att man ska uppmärksamma en sådan sak när situationen uppstår.

6. Diskussion

I detta avslutande kapitel kommer vi att sammanfatta vårt resultat och sätta det i relation till syftet och vår frågeställning, vårt metodologiska val samt den tidigare forskning och teori som presenterats.

6.1 Summering av resultat

Med hjälp av kvalitativa intervjuer med unga vuxna sociala medie-användare har vi undersökt vår frågeställning hur de tolkar sitt eget användande av sociala medier och även hur de tolkar andras handlingar. I och med detta har vi också kunnat uppnå vårt syfte att lyfta fram intervjupersonernas tolkningar genom att sätta de i en större social kontext och att det går att urskilja sociala element överallt på SNS. Hos intervjupersoner som själva påstår att de inte är aktiva på sociala medier finns tydliga tecken på social interaktion och minimala handlingar mot och i förhållande till sina vänner för att upprätthålla relationen till dem. Det vi kommit fram till är att sociala medier i allra högsta grad är socialt även om det på ytan kan se ut som att många användare inte socialiserar. Det sociala syns i lajks och kommentarer och förväntningar på att få lajks och kommentarer. Dessa lajks och kommentarer har visat sig betyda mycket mer än bara uppskattning av mediet som delats. De visar sig ofta representera hur relationer består och bekräftas vilket kan rubbas om dessa symboliska gester uteblir. SNS visar sig vara ett medium genom vilket sociala relationer i det verkliga livet består. Ingen av intervjupersonerna använder sociala medier för att lära känna nya människor utan de flesta använder det till att kommunicera och interagera med sina vänner. Detta sker emellanåt konkret genom chatt men som tidigare nämnt är också möjligt att urskilja i sättet de lajkar eller ger korta kommentarer på bilder eller text.

Vi har också undersökt gruppfenomenet som existerar inom sociala medier. Olika SNS kan ses som olika grupper men grupper kan också urskiljas inom en särskild SNS. Ser vi på Facebook, Instagram och Snapchat som olika grupper ser vi också de olika handlingar som är normativa inom respektive grupp enligt intervjupersonerna. Trots att många av de handlingar som finns på en SNS också finns på de andra, är det mer accepterat att utföra de på "rätt SNS" eller inom rätt grupp. Detta leder helt enkelt till att handlingar eller handlingsmönster blir normer inom dessa grupper.

6.2 Resultat i relation till syfte och frågeställning

För att lättast återkoppla till hur vi ser på relationen mellan vårt resultat och det syfte och den frågeställning som formulerades, börjar vi med att repetera den:

- Hur beskriver och tolkar unga vuxna sitt och andras handlande på sociala medier?

Den första delen av frågeställningen fungerar som en utgångsfråga där vi först måste deskriptivt undersöka vad våra intervjupersoner upplever att de utför för typ av handlingar på de sociala medier de är registrerade på. Här ville vi få fram alla möjliga typer av handlingar. Lajks, kommentarer, delandet av bilder/video/text, skapandet av relationer, bläddrande i flöden eller valet att inte göra något av detta. Denna del var inte svår att få svar på. Intervjupersonerna beskriver sitt handlande på SNS väldigt utförligt och har tydliga föreställningar om hur de handlar. Det som försvårade insamlingen något är dock att eftersom handlingar på SNS ofta nästan sker automatiskt kan vi se i det transkriberade materialet att det är svårt för informanterna att ge oss konkreta exempel på när det exempelvis lajkat en bild eller kommenterat något. Detta gör att informanterna ger generella exempel på hur de upplever att de handlar i olika sammanhang. Detta leder oss in på andra delen av frågeställningen, tolkningen av handlande. Vi menar att eftersom vi är ute efter informanternas egna tolkningar av sitt handlande säger deras generaliserande exempel på hur de agerar mycket. De har en god uppfattning om hur de oftast eller alltid tänker när de tolkar olika sätt de handlar på, vilket har varit givande i vårt arbete att få svar på vår frågeställning. En annan del av frågeställningen är hur informanterna upplever andras handlande. Detta kan mycket väl vara en för bred frågeställning tillsammans med hur de tolkar sina egna handlingar men i insamlingsarbetet upplevde vi att de flesta intervjupersoner relaterar sina egna handlingar till andras. Antingen handlar man på ett sätt som andra gör eller så riktar man sitt handlande mot någon för att kunna inleda eller fortsätta en konversation. Detta går även i linje med vår teoretiska utgångspunkt, det vill säga hur viktigt det är att tolka likvärdigt som en annan individ i en interaktion. Detta kommer vi återkomma till senare i diskussionen. Sammanfattat menar vi att vi lyckats få svar på vår frågeställning.

Vårt syfte formulerades på det sätt att vi ville lyfta upp användares egna tolkningar av sitt

handlande. I och med det ifrågasätter vi det förgivettagna “sociala” i begreppet sociala medier. Frågeställningen ovan är ett hjälpmedel för att uppnå vårt syfte. Det vi kommit fram till är att alla typer av handlingar på sociala medier vi kunna urskilja i och med vårt empiriska material är på något sätt sociala. Vi hade en ursprunglig tanke att användare inom det åldersspann vi valde att fokusera på inte interagerar nämnvärt mycket med varandra. Detta bygger till stor del på egna erfarenheter samt rapporter som visar vad personer använder sociala medier till. Arbetet med studien ledde dock till att social interaktion och kommunikation kunde lokaliseras på djupare plan än vi inledningsvis trott. En lajk av en väns profilbild är ett sätt att visa hur relationen till vännen är betydelsefull snarare än att det bara är en uppskattande gest att man tycker bilden är fin. Att posta statusuppdateringar eller inte hålla sig uppdaterad i gruppkonversationer kan leda till att man förlorar sin position i en grupp. Studiens resultat i förhållande till dess syfte har visat att användare på sociala medier utför mycket mer sociala handlingar än vad vi inledningsvis trott och att små handlingar på SNS ofta är minst lika betydelsefulla i de relationer som finns på men också utanför dessa sociala medier som större och tydligare sociala handlingar.

6.3 Resultat i relation till tidigare forskning

Följande avsnitt syftar till att visa hur vår studies resultat förhåller sig till forskning som tidigare gjorts på vårt område. En del av det som kommer att presenteras här är resultat som vi själva inte använt oss av i vår egen analys men som är viktig att lyfta fram för eventuell framtida forskning.

Som utgångspunkt kan vi konstatera att vi finner många likheter i den tidigare forskningen som behandlat fenomenet grupper med resultatet i denna studie. Enligt bland annat Eek-Karlsson har SNS förmågan att kunna öka de sociala nätverk någon har och även hjälpa denna få en mer inflytelserik roll i sitt sociala sammanhang. Sidorna hjälper oss också med att engagera oss i gruppaktiviteter då de är utformade på ett smidigt sätt. Tyvärr kan även motsatsen ske då personer med avvikande beteende lättare uppmärksammas. Vi kan se liknande tendenser i vårt material. Flera av intervjupersonerna ger nästan ett intryck av att de uppfattar de sociala medierna på samma sätt så som Eek-Karlsson beskriver. De poängterar vikten av att hålla sig uppdaterade i olika gruppkonstellationer och önskan att vilja höra av

sig om interaktionen varit passiv under en längre tid. Dessutom understryker många av dem att en av de mest fördelaktiga funktionerna är möjligheten till att samla stora grupper där det går att nå många samtidigt. Eek-Karlsson beskriver ett sätt att agera på SNS som går i linje med studiens resultat där vi menar att allt agerande på sociala medier är ett socialt agerande. Man kan bygga på denna sociala status dels genom att underhålla de redan existerade kontakterna inom nätverket men också genom att få detta nätverk att växa menar Eek-Karlsson. I vårt insamlade material kunde vi dock endast se tendenser till bekräftande av tidigare relationer men i stort sett inget som talade för att intervjupersonerna skapade helt nya relationer på SNS som de då inte hade i verkligheten.

En annan aspekt vi diskuterat i förhållande till resultatet är det fenomen som Lipschultz resonerar om. Som en påminnelse vill vi upprepa att människor agerar på SNS utifrån sina förutfattade meningar om vad som kommer generera det önskade resultatet. Granskar vi det analyserade materialet kan vi konstatera att intervjupersonerna beskriver situationer där de inleder med ett aktivt handlande och därefter förväntar sig en reaktion från omgivningen och ofta i synnerhet från sina nära vänner. Dessa utsagor menar vi går väl i linje med Lipschultz. Antingen kan det inledande handlandet vara att någon lägger upp en ny bild och vill få en lajk av sina vänner. Eller så kan det till och med vara så att någon resonerar om hur en annan vän lagt upp bilder och därmed lajka deras bild just av anledningen att personen förmodas vilja ha den reaktionen. Som agerande på SNS förväntas man vilja ha uppskattning genom kommentarer och lajks av nätverkets medlemmar. Intervjupersonerna antar att de övriga användarna känner en slags tillfredsställelse och självförverkligande av att få den bekräftelsen och uppskattningen som lajks ger. Detta har till och med resulterat i ett nytt ord, "sympatilajks", som just beskriver det fenomenet där du väljer att ge någon uppskattning just för att du "vet" att personen förväntar sig den uppskattningen. Utöver det menar Lipschultz att om vi inte kan räkna med att få den önskade effekten av materialet vi vill sprida, finns en risk att vi helt enkelt väljer att inte publicera det. I citat 24 kan vi se att en intervjuperson berättade att hon föredrog en viss SNS just på grund av att den inte ger möjlighet till samma offentliga handlingsrespons som andra medier. Lajks och kommentarer kan inte ses av de andra medlemmarna i nätverket vilket hon menade var bekvämt. Vi menar att även detta material går väldigt väl i hand med Lipschultz. Om användaren känner att hon riskerar att eventuellt inte få känna den upplyftning som lajks och uppskattning ger, väljer hon bort det

mediet till fördel för ett annat som passar henne bättre. Hon väljer att agera passivt av rädslan att inte bli bekräftad av sina vänner. Att agera passivt på sociala medier ska som tidigare nämnt inte förväxlas med att inte agera alls.

En sista tanke kring den tidigare forskningen som vi tänker diskutera i förhållande till resultatet är något vi valt kalla effektivitet på SNS. Precis som Chambers (2013) skriver har samhället utvecklats med hjälp av läsplattor, smarta telefoner och annat och det är dels just dessa effektiva redskap som står till grund för SNS snabba framväxt. Vi menar att vi kan se spår av denna effektivitet i materialet som producerats i denna studie. När vi närmat oss våra informanter har det varit ett krav att de på något sätt använder sociala medier. Vi menar att på grund av detta har dessa individer mer eller mindre ett socialt behov eftersom allt agerande på SNS är ett socialt agerande. SNS och dess användare kräver att denna interaktion sker så smidigt, snabbt och lätt som möjligt, vilket inte minst märks i våra informanters uttalanden. I mycket av det transkriberade materialet kan vi finna den enkelhet som kommunikationen på sociala medier utgör och som blir enklare för varje ny SNS som populariseras. Vi hänvisar till citat 3 där intervjupersonen K22a resonerar kring Snapchats smidighet och det effektiva i att kunna skicka till flertalet personer samtidigt. Denna funktion underlättar för användaren då det innebär att man kan underhålla många relationer samtidigt, vilket i sin tur är tidseffektivt. Resultatet tyder på att våra intervjupersoner tycker det är bra och viktigt att lätt och snabbt kunna nå ut till sina kontakter på olika SNS. Resultatet visar också att intervjupersonerna sällan skapar helt nya kontakter på sociala medier utan snarare bekräftar relationer de redan har i verkligheten genom att också bli vänner på SNS. Detta går ihop med Hogan och Quan-Haase snarare än Meikle och Young eller Eek-Karlsson och deras teorier om online-kontra offline-relationer. De förstnämnda menar att relationer online oftast innebär att man har en relation offline medan de senare talar för att det är tvärtom. Intervjupersonerna vill att det ska vara smidigt och enkelt att nå ut till redan befintliga vänner men använder inte enkelheten med kommunikationen över SNS till att skapa helt nya kontakter. Många av våra intervjupersoner påpekar även att Snapchat ofta anses vara en av de SNS som anses vara mest privat och intim, vilket vi visat på i tidigare kapitel om skillnader mellan olika SNS. Användarna har gjort en tolkning att Snapchat är mindre offentligt än övriga SNS och agerar därefter, de uppfattar kommunikationen mer privat. Vi tolkar det som att bilderna någon väljer att skicka till sina vänner därför eventuellt skulle kunna uppfattas som en del av en

privat och intim konversation. Så behöver fallet inte vara då många påpekar att det praktiska med Snapchat är att det enkelt går att nå många samtidigt. Paradoxen blir således att fler av våra intervjupersoner menar att Snapchat är den SNS som anses mest intim men samtidigt betonar hur de uppskattar den just för att det är enkelt och snabbt att nå många samtidigt. Vi menar då att en av de bidragande orsakerna till Snapchats storhet är att de ger användarna en känsla av intimitet med personen de konverserar med, även om innehållet som skickas kanske egentligen når en stor mängd användare.

6.4 Resultat i relation till teoretisk utgångspunkt

Den symboliska interaktionismen som varit vår teoretiska utgångspunkt är det främsta som lett till vårt resultat. Den har hjälpt oss att öppna upp för att se sociala sammanhang på fler ställen och grundligt kunna redogöra för hur social interaktion finns överallt och påverkar människor i allt de gör på sociala medier. Vårt resultat bygger i allra högsta grad på vår teoretiska utgångspunkt. Den symboliska interaktionismen är ett väldigt fundamentalt sätt att se på människan som social varelse då den visar på väldigt små plan hur människan fungerar och vad som driver denne att handla på olika sätt. Då vi undersöker väldigt små och kanske till synes obetydliga sätt att interagera har den symboliska interaktionismens grundbultar hjälpt oss att se dessa. En nackdel med den symboliska interaktionismens styrka är också dess svaghet i vårt fall. Med tanke på bredden och hur djupt den förklarar människans sociala liv och har undersökts av mängder med sociologer och beteendevetare har väldigt mycket teorier och begrepp dykt upp under teorins livslopp. Detta gör att vi varit tvungna att begränsa oss till endast ett par teoretiker samt en handfull begrepp och förklaringsmodeller i vår studie. Vi är övertygade om att en liknande studie med symboliskt interaktionistisk utgångspunkt skulle kunna leda till liknande resultat även om den utgick ifrån andra symboliskt interaktionistiska förklaringsmodeller och teoretiker. I en mer omfattande studie än vår skulle möjligheten att använda fler utgångspunkter utöver våra från den symboliska interaktionismen med fördel användas och kanske bättre kunna belysa argument för studiens resultat.

6.5 Resultat i relation till metodologiska val

Denna del i diskussionen syftar till att visa hur relationen mellan våra metodologiska val och studiens resultat ser ut. Att använda en kvalitativ ansats med intervjuer som insamlingsmetod

för vår studie menar vi har varit något av de viktigaste elementen för att studien skulle nå det resultat den nått. För att kunna få fram informanternas egna tolkningar av handlingar på sociala medier behövdes det ställas mycket följdfrågor utöver de frågor som formulerats i vår intervjuguide. Detta hade varit praktiskt taget omöjligt att endast få fram genom exempelvis en enkätstudie. Det är i de längre utläggningarna hos intervjupersonerna som deras egna tolkningar kommer fram. I många sammanhang kan det dock ha varit mer effektivt och konkret att jämföra intervjupersonernas utsagor med faktiskt exempel på sociala medier. Det vill säga att på något sätt observera huruvida deras tolkningar stämmer överens med verkligheten. På grund av tidsbrist och förändringar i arbetsprocessen valde vi att inte fokusera på detta och då endast utföra kvalitativa intervjuer. Vi vill också påpeka att i och med en kvalitativ studie finns ingen möjlighet till generalisering, särskilt inte då vi valt individer ur en extremt bred population och samtidigt endast valt tio stycken att intervjua.

Intervjuerna gjordes semistrukturerade och blev allt mer öppna under insamlingsprocessens fortskridande. Vår intervjuguide följdes inledningsvis ganska slaviskt och bestod av en relativt stor mängd enskilda frågor och ibland formulerade under- eller följdfrågor. Detta ledde till att vi inte bjöd in till spontana följdfrågor eller frågor som dök upp för stunden och vi kan anta att användbar information gick till spillo på grund av detta. Det är också därför som majoriteten av de citat i analyskapitlet som hämtats ur empirin ofta kommer ifrån de intervjupersoner som intervjuades senare i processen. Med detta menas dock inte att material som samlades tidigare i processen inte varit användbart för att uppnå studiens resultat utan bara att ju mer förfinad och öppnare intervjuguiden och själva intervjuerna blev, desto lättare var det att för oss få fram det vi faktiskt ville undersöka.

Kodningsprocessen var svårhanterlig och vårt kodningsschema ändrade utseende och struktur flera gånger under processen. Vi hade svårt att bestämma hur vi skulle formulera koder och lät därför empirin till stor del bestämma hur koderna skulle se ut och teman eller kategorier är snarare förankrade i teorin. Efter mycket arbete använde vi dock koder för hela citat, ibland flera koder för samma citat och klippte ut det väsentliga för analysen. Detta blev det lättaste sättet och bidrog till att enkelt hitta mönster för att kunna bidra med en relevant och genomarbetad analys. För analysen användes sedan en variant av en statisk-dynamisk ansats. Den statistiska analysen användes helt enkelt för att ställa signifikanta uttalanden från empirin

mot teoretiska begrepp för att visa vad vi kommit fram till. Den dynamiska ansatsen blev relevant när vi jämförde olika SNS med varandra och hur olika tolkningar av handlingar ser ut. Vi begränsade oss dock till just skillnaden mellan platser och inte förändringar i tid vilket också är en aspekt av det dynamiska angreppssättet. Det finns dock element i analysen som understryker vissa skillnader i hur intervjupersonernas handlande förändrats under tiden de använt sociala medier men är oftast där för att påpeka hur normer förändras och att individen alltid måste anpassa sig till gruppen om dess normer förändras vilket är en betydande del i vårt resultat.

Valet av informanter gjordes på ett relativt enkelt sätt. Vi tillhör själva den populationen och valde därför personer vi antingen kände, var bekanta med eller personer som kände någon annan som intervjuats. Vi menar att detta endast påverkat resultatet och tillförlitligheten i studien på ett positivt sätt då vi lättare uppnår ett samtalsliknande klimat under intervjun där vi lätt kan bjuda in till att intervjupersonerna får reflektera och utveckla sina svar i en bekväm miljö. Vi upplevde inte heller någon större skillnad i hur individerna svarade när vi intervjuade personer vi inte kände personligen, det vill säga att relationen mellan oss själva och intervjupersonen inte spelade någon roll när materialet samlades in.

6.6 Framtida forskning

Vi tror att all forskning kring sociala medier är av stort värde för att vi skall få en ökad förståelse kring hur människor förhåller sig till detta fenomen som har en så pass stor inverkan på många sociala liv. Vi menar att vår studie har bidragit med kunskap om hur enskilda handlingar görs med antingen medvetna eller omedvetna mål att upprätthålla sina sociala relationer med befintliga kontakter. Inget handlande är neutralt, allt görs med ett syfte att exempelvis underhålla relationer till andra aktörer på SNS. För att utveckla vad vi kommit fram till förslår vi att framtida forskning på området görs med ett större urval och gärna på informanter som tillhör andra populationer. Då många unga människor använder sociala medier är det relevant att göra en liknande undersökning på de yngsta SNS-användarna för att se om det sociala ser likadant ut. Även om våra informanter använder sociala medier olika mycket har de gemensamt att de inte ser sig själva som väldigt aktiva. Därför vore det intressant att undersöka hur mer aktiva användare ser på sina sociala handlingar på sociala

medier. I vårt resultat kan vi se att flera informanter tidigare la upp bilder och statusuppdateringar men har slutat i takt med att de blivit äldre. Därför kan yngre användare, under 18 år, vara ett intressant urval för en liknande studie då de eventuellt kan ses som mer aktiva och att på grund av deras omyndighet kan finnas andra förklaringsmodeller till varför de agerar som de gör på sociala medier.

Ser man resultatet som ett bidrag till den symboliska interaktionismens sätt att analysera människan finns det ytterligare forskning ur ett symboliskt interaktionistiskt perspektiv som bör göras. Blumer och Mead som var tidiga med att beskriva denna teori exemplifierar oftast genom interaktioner mellan två människor eller grupper där antalet medlemmar inte nämns. På sociala medier sker dock ofta interaktion mellan en och flera, ibland hundratals andra individer. I en eventuell symboliskt interaktionistiskt inriktad studie av sociala medier är detta en aspekt som är intressant att undersöka. Det vill säga hur förhåller sig den symboliska interaktionismen till interaktion mellan en och hundratals andra individer på samma gång.

7. Referenslista

Aspers, P., 1970. (2011). *Etnografiska metoder: Att förstå och förklara samtiden* (2., [uppdaterade och utökade] uppl. ed.). Malmö: Liber.

Blumer, H. (1986[1969]). *Symbolic interactionism: perspective and method*. Berkeley: University of California Press.

boyd, d. m. (2001), Sexing the Internet: Reflections on the role of identification in online communities. *Sexualities, Media, Technologies*.

boyd, d. m. & Ellison, N. B. (2007), Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 210–230.

doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Chambers, D. (2013). *Social media and personal relationships; Online intimacies and networked friendship*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Creswell, John W. 2007. *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing among Five Approaches*. 3rd edition. Los Angeles: Sage. pp. 243-268.

Donath, J. S. (1998). Identity and deception in the virtual community. M. Smith & P. Kollock (Red.) *Communities in Cyberspace*, (s. 29-59) London: Routledge

Eek-Karlsson, L. (2015). *Ungas samspel i sociala medier: att balansera mellan ansvar och positionering*. Diss. Kalmar : Linnéuniversitetet, 2015. Växjö.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook “Friends:” social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.

doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x

Golbeck, J. (2013). *Analyzing the social web*. Amsterdam: Elsevier.

Hargittai, E. (2007), Whose Space? Differences Among Users and Non-Users of Social Network Sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13: 276–297.
doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00396.x

Hogan, B., & Quan-Haase, A. (2010). Persistence and change in social media. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), 309-315. doi:10.1177/0270467610380012

Internetstyrelsen i Sverige, (2015) *Svenskarna och internet 2015*.

Sverige: IIS. Hämtad den 30/12/2015 från

https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2015.pdf

Kvale, S., & Brinkmann, S. (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun* (3. [rev.] uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Labrecque, L. I., Markos, E., & Milne, G. R. (2011). Online personal branding: Processes, challenges, and implications. *Journal of Interactive Marketing*, 25(1), 37-50.
doi:10.1016/j.intmar.2010.09.002

Lipschultz, H. J. (2015). *Social Media Communication: Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*. New York: Routledge.

Mead, G. H. 1., & Arvidson, P. (1976). *Medvetandet, jaget och samhället: Från socialbehavioristisk ståndpunkt*. Lund: Argos.

Ma, M., & Agarwal, R. (2007). Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities. *Information Systems Research*, 18(1), 42-67.

Meikle, G., & Young, S. (2012). *Media convergence: Networked digital media in everyday life*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Trost, J., (2005). *Kvalitativa intervjuer* (3. uppl. ed.). Lund: Studentlitteratur.

Trost, J. & Levin, I. (2010). *Att förstå vardagen: med ett symbolisk interaktionistiskt perspektiv*. (4. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet. (2011). *God Forskningssed*. Sverige: Vetenskapsrådet.

Hämtad den 15/12/16 från: <https://publikationer.vr.se/produkt/god-forskningssed/>

Wallace, C. (2012). Can information and communications technology enhance social quality? *The International Journal of Social Quality*, 2(2), 98-117. doi:10.3167/IJSQ.2012.020207

Bilaga 1 - Kodschema

1. Bakgrundskoder

1.2 Kön

- 1.2.1 Kvinna
- 1.2.2 Man

2. Aktör

- 2.1 Individen själv
- 2.2 Vän
- 2.3 Familj
- 2.4 Andra

3. Plats

- 3.1 Facebook
- 3.2 Instagram
- 3.3 Snapchat
- 3.4 Twitter
- 3.5 Pinterest
- 3.6 LinkedIn
- 3.7 Tumblr
- 3.8 Övriga internet
- 3.9 IRL

4. Handling

4.1 Aktiva första handlingar

- 4.1.1 Publicera bild/video
- 4.1.2 Publicera text
- 4.1.3 Skicka vänförfrågan/börja följa/skicka följförfrågan
- 4.1.4 Skicka bild
- 4.1.5 Skicka text
- 4.1.6 Tagga någon
- 4.1.7 Ta bort vän

4.2 Aktiva svarshandlingar

- 4.2.1 Lajka bild/video
- 4.2.2 Lajka text
- 4.2.3 Acceptera vänförfrågan/följförfrågan
- 4.2.4 Kommentera bild/video
- 4.2.5 Kommentera text
- 4.2.6 Svara med bild/video
- 4.2.7 Svara med text

4.3 Passiva första handlingar

- 4.3.1 Kolla/scrolla
- 4.3.2 “Gå in”
- 4.3.3 Vara med i grupp/gruppkonversation

4.4 Passiva svarshandlingar

- 4.4.1 Hålla sig uppdaterad
- 4.4.2 Läs vad andra skrivit/lagt upp
- 4.4.3 Bli taggad

5. Tillskriven mening av handling

- 5.1 Norm
 - 5.1.1. Normbrytande
- 5.2 Bekräftelse
 - 5.2.1 Ge bekräftelse
 - 5.2.2 Få bekräftelse
- 5.3 Behov
- 5.5 Yttre påtryckningar
- 5.6 Effektivt/praktiskt/snabbt
- 5.7 Nyfikenhet

6. Objekt

- 6.1 Bild/video
- 6.2 Text
 - 6.2.1 Statusuppdatering
 - 6.2.2 Kommentar
 - 6.2.3 Chattmeddelande
- 6.3 Andra användare

7. Åskådare

- 6.1 Offentligt
- 6.2 Privat

Bilaga 2. Informationsbrev

Förfrågan om att delta i en studie om användning av sociala medier

Syftet med studien är att undersöka unga vuxnas användning av sociala medier.

Studien genomförs genom intervjuer av unga vuxna som brukar sociala medier.

Studien är ett examensarbete i Sociologi på c-nivå och är en del av utbildningen till Personalvetarprogrammet vid Uppsala universitet. Studien kommer att genomföras med intervjuer under höstterminen 2016. Intervjun kommer att beröra din uppfattning, erfarenhet och användning av sociala medier. Intervjun beräknas ta 45 minuter, (det är viktigt att intervjun sker i ostörd miljö, på en tid och plats som Du bestämmer). Intervjun kommer att spelas in och skrivas ut i text.

Den information som Du lämnar kommer att behandlas så att ingen obehörig kommer att få ta del av den. Redovisningen av resultatet kommer att ske så att ingen individ kan identifieras. Resultatet kommer att presenteras i form av en muntlig presentation till andra studerande, en handledare och en examinator samt i form av ett examensarbete. När examensarbetet är färdigt och godkänt kommer det att finnas i en databas vid Uppsala universitet. Inspelningarna och den utskrivna texten kommer att förstöras när examensarbetet är godkänt. Du kommer ha möjlighet att ta del av examensarbetet genom att få en kopia av arbetet.

Deltagandet är helt frivilligt och Du kan när som helst avbryta din medverkan utan närmare motivering.

Ansvariga för studien är studenterna August Linefjell och Sara Hagström och handledaren Daniel Normark och vår kontaktinformation finns nedan.

Har Du frågor om studien är Du välkommen att höra av dig till någon av oss

Vi frågar härmed om Du vill delta i denna studie och förstått det som står ovan.

Sara Hagström

Student

sara-hagstrom@hotmail.com

070-7411550

Daniel Normark

Handledare

daniel.normark@ekhist.uu.se

August Linefjell

Student

august@live.se

070-7440843

Bilaga 3 - Intervjuguide

Bakgrund

- Ålder
- Studier
- Arbete
- Fritidsintressen

Utanför sociala medier

Hur ser ditt sociala liv ut?

- Anser du att du har mycket eller lite vänner?
- Nära vänner? Bekanta?

Tycker du om att lära känna nya människor?

- Utveckla
- Söker du aktivt nya vänskaper? Hur?

Brukar du aktivt söka nya vänskaper? Hur gör du isf?

Hur träffar du främst nya människor?

Hur kommunicerar du främst med dina vänner och din familj?

Sociala medier för intervjupersonen

Vilka sociala medier är du registrerad på?

Varför skaffade du sociala medier?

Hur ofta är du inne på eller använder dessa sociala medier?

Hur länge har du använt sociala medier?

Hur mycket tid uppskattar du att du använder på dessa sociala medier?

Vad använder du sociala medier till?

- Varför vill du använda sociala medier till detta?
- Vad får du ut av ditt användande?

Om sociala medier och andra personer

Vilka människor har du relationer med på sociala medier?

- Är det någon skillnad på vilka du har relation på olika medier?
- Vilka interagerar du med oftast?

Vad delar du med dig av på sociala medier?

- Varför?

Varför delar du med dig av det du delar med dig av på sociala medier?

Vad skulle du aldrig dela med dig av/lägga upp på sociala medier?

- Varför?

Hur har ditt användande förändrats genom åren?

Letar du aktivt efter nya relationer genom sociala medier? Undviker du vissa kontakter?

- Brukar du börja följa/skapa relation snarare än andra gör det med dig?

Tycker du det är viktigt att framställa sig på ett visst sätt på sociala medier?

- Hur tycker du att du framställer dig jämfört med verkligheten?

Vad vill du få för reaktioner från andra när du lägger upp bilder eller text?

Hur får det dig att känna när du får en viss typ av respons på vad du delar med?

- Varför tror du att det är så?

Bilaga 4 - Deklarering

Deklarering:

Följande deklareringsformulär fylls i av er som skriver uppsats tillsammans och syftar till att gemensamt klargöra den arbetsfördelning som gällt under ert arbete. Ange nedan för var och en av uppsatsens delar den procentuella arbetsfördelningen i färdigställandet av er uppsats. Deklareringen placeras sedan som bilaga i uppsatsen.

Inledande formalia (försättsblad, sammanfattning, innehållsförteckning)

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Tidigare forskning

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Teorikapitel

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Metodkapitel

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Resultatkapitel: Datainsamling (kontakter med informanter, datainsamling, transkribering)

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Resultatkapitel: Bearbetning av data och presentation av resultat

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Diskussionskapitel

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Bilagor

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Genomläsning av färdigt manus/korrektur

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Förberedelser av oppositioner under uppsatskursen (ej slutventileringen)

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Delaktighet vid oppositioner under uppsatskursen (ej slutventileringen)

Författare 1: 50 % Författare 2: 50 %

Skriv under nedan:

Ort, Datum

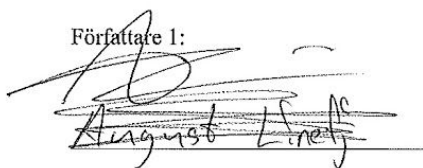
Ort, Datum

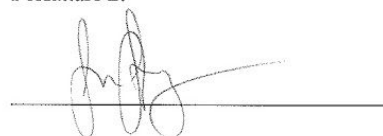
Uppsala 3/1/17

Uppsala 3/1/17

Författare 1:

Författare 2:


August Lindefjell



Namnförtydligande

August Lindefjell

Namnförtydligande

Sara Hagström