



UPPSALA UNIVERSITET

Kandidatuppsats HT 2016

Socialpsykologi C

Handledare: Clara Iversen

Examinator: Vessela Misheva

Be yourself but not too much

En studie om förändringen av sociala-medier och hur detta påverkar individens presentation av Identitet online och offline

Robin Albertsson

Laura Marie Broziat

Sammanfattning

Studiens syfte är att få en bättre förståelse av hur utvecklingen i sociala-medier – dels en ökande del av digital interaktion i förhållande till samvaro ansikte mot ansikte och dels en förflyttning av interaktion från text till bilder – inverkar på individers presentation av sin identitet. Uppsatsen syftar också till att undersöka hur individer upplever skillnaden mellan olika plattformar och vad utveckling betyder för interaktionen mellan individer. Detta gjordes genom kvalitativa semistrukturerade intervjuer samt en innehållsanalys av informanternas online-profiler på Instagram. För att diskutera fenomenet ur ett socialpsykologiskt perspektiv, används teorierna rörande interaktion genom Goffman, Baudrillards teori kring individernas varseblivning av realitet samt Giddens teori gällande modernitet och självidentifiering.

Resultatet av studien visar att sociala-medier är en stor del av individernas liv och förändringen av detta upplevs tydligt. Individerna är medvetna om att det finns en skillnad mellan online och offline realitet, dock inverkar online-realiteten på individernas liv och självuppfattning med en omfattande påtryckning. Interaktionen upplevs mer passiv och indirekt, vilket gör att individerna känner sig ensamma även då de har många vänner/följare online. Trenden mot perfektion på sociala-medier och samhällets press på individen skapar ett måste att vara online och hålla sig uppdaterad. Dessutom är sociala-medier en realitet där individer upplever en lättnad från offline-realiteten, då de kan välja vem dem vill interagera med och slipper det som känns obekvämt i offline-realiteten. I stort sätt uppfattas sociala-medier och förändringen från text till bild som något positivt, eftersom individerna känner sig mindre angripbara och tryggare inom den enklare bildbaserade applikationen Instagram.

Nyckelord: Identitet, Realitet, Interaktion, Sociala-medier

Innehållsförteckning

1 Inledning	1
1.1 Syfte och frågeställningar.....	2
1.2 Uppsatsens disposition	2
2 Tidigare forskning	2
2.1 Sociala plattformar och negativ påverkan	3
2.2 Självreflexion	4
2.3 Beroende beteenden	4
2.4 Instagram i jämförelse med Facebook	5
2.5 Tidigare forsknings relation till uppsatsen	7
2.6 Uppsatsens avgränsningar	7
3 Teori	7
3.1 Problemativering av realiteten sociala-medier	7
3.2 Online interaktion vs. offline interaktion	10
3.3 Modernitet och självidentifiering	12
4 Metod	13
4.1 Deltagare och urvalsprocess	13
4.2 Datahantering och motivering av kodningsansats.....	14
4.3 Reliabilitet och Validitet	15
4.4 Etiska aspekter.....	16
4.5 Analysmetod.....	16
5 Resultat och Analys.....	18
5.1. Självidentifiering och Normer.....	18
5.2 Beroendebeteenden och negativ påverkan	20
5.3 Kommunikation och Konsumtion av sociala-medier.....	21
5.4 Innehållsanalys av online-profiler på Instagram	22
6 Diskussion	23
6.1 Summering av resultatet i relation till uppsatsens syften och frågeställningar	23
6.2 Övergripande diskussion av resultatet i förhållande till teori och tidigare forskning	24
6.3 Diskussion av använd metod i förhållande till resultatet	26
6.4 Slutsatser och praktiska implikationer för tillämpning eller vidare forskning	27

1 Inledning

Graden av digitaliserad interaktion har ökat drastiskt under de senaste 10 åren. Interaktion via sociala-medier ha blivit en viktig del av vardagen, speciellt för den yngre generationen. Det innebär att stora delar av den vardagliga interaktionen sker inom en digitaliserad ram som per definition är mer kontrollerad, då individen med stor omsorg kan påverka sättet som denne framställs. Till skillnad från interaktionen som sker ansikte mot ansikte har människor vid digital interaktion möjlighet att skriva om sina uttalanden och, inte minst, att redigera de bilder till vilka samspeletpartnarna har tillgång.

Idag finns det en utveckling i individers preferenser att kommunicera från text till bild som problematiseras av bland annat Billings (2015). Denna utveckling leder till att individer föredrar enklare sidor som Instagram över till exempel Facebook som erbjuder utförligare information och möjligheter. Globalwebindex (2014) pekar på ett trendsifte där fler och fler personer väljer att använda Instagram i en större utsträckning än Facebook och detta påstående får stöd av flera andra källor som också pekar på detta skifte. Globalwebindex (2014) visar att Instagram under år 2013 ökade sin användarbas med 23 procent. Samtidigt sjönk Facebooks användarbas med tre procent. Under år 2015 rapporterades Instagram som den snabbast växande sociala tjänsten, plattformen ökade i antalet inloggningar med 28 procent (Svenska Dagbladet, 2015). Även Dagens Media (2016) belyser Instagrams pågående ökning av medlemmar: under år 2015/16 gick Instagrams användarbas från 400 miljoner till 500 miljoner aktiva användare.

Instagram är en mobilapplikation som tillåter uppladdning av bilder då de flesta bilder som delas på Instagram är tagit med mobilkameran. Applikationen Instagram lägga fokuset på bilder, så varje upplägg är en bild då det är förutsättningen för att kunna göra ett inlägg. För att digital bearbetar bilderna som ska läggas upp finns det olika filter som förändra ljuset, form och storlek av bilden. Detta kan göras genom en öppen profil, som menar att vem som helst kan se detta. Eller genom en stängd profil som är enbart tillgänglig till dessa individer som man ha beviljats. Det här sker genom att skicka en "följer förfrågan" den personens stängda Instagram profil som man vill följa. Beviljas denna förfrågan så har man tillgång till allt innehåll som postas av den personen. Bilderna kan samtidigt som de delas på Instagram också delas på andra sociala-medier plattformar så som Facebook, [Twitter](#), [Tumblr](#), och [Flickr](#).

Vår uppsats problematiserar utvecklingen inom sociala-medier och de sociala fenomen som berör interaktion i en värld där digitaliserad teknik har integrerats in i det sociala livet. Med förändringen av sociala-medier och individens upplevelse av online och offline identitet, har vi för avsikt att utföra denna undersökning inom ramarna för en socialpsykologisk undersökning, där fokuset ligger på upplevda identiteter och beroende-processer av social media. Kvalitativa intervjuer tillsammans med en innehållsanalys av informanternas profiler på sociala-medier bygger ramen till en fenomenologisk studie. Utvecklingen inom digital kommunikation motiverar att inskränka området "sociala-medier" till plattformarna Facebook men framför allt Instagram. Vi fokuserar på Facebook- och Instagram-användares syn på sociala-medier och det som de har *postat*, det vill säga deras bilder i kombination med text och hashtags. Instagram förenar samtliga av våra intressepunkter då den huvudsakliga presentationen inom plattformen bygger på bilder i kombination med kortare texter och hashtags. Dessutom är vi intresserade av varför Instagram har blivit väldigt populär bland sina användare. Eftersom Instagram ger en mer begränsad möjlighet att presentera sig och interagerar med andra, då huvudfokus ligger på bilder.

Ur ett socialpsykologiskt perspektiv är denna förändring intressant, då individer gör ett aktivt val att kommunicera genom bilder hellre än genom texter. Bilder kan ses ha en mer kreativ innebörd för en individ, som bidrar till självriktat beteende. Förändringen inom sociala-medier skulle kunna bidra till en individualisering där individer enbart fokuserar på sin egen presentation. Instagram speglar den nya trenden, där individen är väldigt fokuserad på

sig själv och sin identitet på sociala-medier. Socialpsykologiska perspektiven visa sig tydligt genom samhällets fokusering på att framställa varje individs identitet. Ytterligare en aspekt är förändringen av interaktionen mellan individer som dock skulle kunna leda till en negativa inverknings, såsom känslan av isolering bland användare. Sista aspekten som är intressant ur ett socialpsykologiskt synsätt är beroendebeteende som skulle kunna uppstå genom samhället som sätta press på individerna att vara med och att vara online.

Artiklarna som lägger fokuset på individernas själv och beroende beteende på social media, samtidigt som just de har blivit så fort en så stort del av samhället väckte intressen för att undersöka hur fenomenet förändringen av sociala-media kan ha en inverkan på individens presentation av sin identitet och om det förändrar hur vi ser på varandra.

1.1 Syfte och frågeställningar

Uppsatsens syfte är att få en bättre förståelse av vad som motiverar användandet av Instagram. Dessutom syftar uppsatsen till att undersöka hur unga individer upplever skillnaden mellan Facebook och Instagram och vad förändringen betyder för interaktionen mellan individer och deras självuppfattning. Detta tänker vi undersöka genom kvalitativa intervjuer med Instagram-användare och en innehållsanalys av informanternas Instagram profiler. Syftet preciseras i nedanstående frågeställningar:

- Hur upplevs användandet av Instagram och Facebook?
- Hur upplever användare förändringen mellan Facebook och Instagram?
- Hur inverkar förändringen från text till bild inom interaktion, sociala- media- användares presentation av identitet online?

1.2 Uppsatsens disposition

Nästa del är tidigare forskning som tydliggör relationen mellan det aktuella kunskapsläget och vår undersökning. Denna del består av vetenskapliga artiklar som diskuterar fenomenet social media och dess påverkan på samhället. Teorin om Simulacra och Simulation (Baudrillard, 1994) och Framework (Goffman, 1974) presenteras i delen därpå där vi redogör för hur vi kommer att använda oss av dem. Nästföljande del beskriver metoden som vi använt i undersökningen och hur vi gått tillväga för att samla in och bearbeta materialet. Vi valde att genomföra 10 öppna semistrukturerade intervjuer, som stötts av en intervjuguide. Vi använder oss av abduktiv analys eftersom, den ger oss möjligheten att hantera materialet och informanterna utan några teoretiska begränsningar. Resultatavsnittet är nästa del i uppsatsen, där vi redovisar bearbetat materialet av de kvalitativa intervjuerna samt innehållsanalysen av online-profilerna på Instagram. I den avslutande diskussionen sammanfattar vi vad vi har kommit fram till och resonerar kring ett mer abstrakt sammanhang och även vidare forskning.

2 Tidigare forskning

Den tidigare forskningen rörande presentation av identitet inom sociala-medier har i huvudsak fokuserat på individers självidentifiering, representation i förhållande till kön samt kommunikation och konsumtion. Genom detta skapades tre övergripande kategorier som vi sedan kunde sortera in samtliga artiklar under; *Sociala plattformar och psykiska problem, kön och sexualitet samt beroende beteenden*. Vi syftar till att ge en överblick av de artiklar som har publicerats inom områdena, social media och identitets presentation.

2.1 Sociala plattformar och negativ påverkan

Denna del av den tidigare forskningen består av artiklar som kopplar presentations möjligheter inom sociala-medier till vissa problematiska beteendemönster. Flera studier har undersökt individers beteende på digitala plattformar i förhållande till begreppet narcissism (Mehdizadeh, 2010; Moon et al., 2016). Moon et al. (2016) de har studerat hur narcissistiska drag påverkar individens beteendemönster angående bland annat antalet "selfies" eller "self-presented photos" på Instagram. Författarna menar att det finns en statistiskt signifikant korrelation mellan narcissistiskt beteende och variationen på bilder som individen väljer att posta och hur ofta denne byter profilbild samt vilken tyngd som läggs i bildens fysiska attraktion (Moon et al., 2016). Studien visar att sociala-medier påverkar individers ökade självpresentation samt deras intrycks förvaltning. Denna ökning av individens behov att presentera sig själv har lett till en expansion av arenor där detta utövande är möjligt (Moon et al. 2016). Detta påstående stärker även Mehdizadeh (2010) som undersökt korrelationen mellan narcissism och självförtroende hos Facebook-användare. Författaren menar att dessa sociala-medier har skapat nya arenor där individer kan utöva självpresentation på ett sätt som aldrig förr varit möjligt. Individen kan utan svårighet röra sig mellan olika identiteter, eller olika delar av sin identitet. Individen kan välja mellan "just nu identitet", "potentiell identitet" samt "eftertraktad identitet". Den nuvarande identiteten är redan känd och etablerad hos andra individer, den möjliga identiteten är en för andra okända identitet, dock något som individen kan skapa för sig själv. Den sista identiteten är något som individen vill uppnå, något denne hoppas på att kunna skapa. Denna struktur är enbart möjlig i en miljö där individer utan svårighet kan presentera sig efter eget tycke. Moon et al. (2016) menar att motivet för att använda sociala-medier är för att sprida sin självpresentation, dem menar även att Instagram är plattformen som erbjuder de enklaste sätten att sprida sin självpresentation och hantera sina sociala relationer.

Dwyer och Fraser (2016) fokuserar på vilken betydelse hashtag-funktionen har fått för beroende-processen på sociala-medier, speciellt plattformen Twitter. De är intresserade av att se om sociala medieplattformar inte bara underlättar beroendebeteenden utan rent utav skapar dem genom applikationens aggressiva design och konstanta påbud om en individ inte har varit inloggad under en tid. Dwyer och Fraser kommer fram till att användning av hashtag uppmuntrar användare att uttrycker sig på ett extremt och tydlig sätt på sociala medieplattformar. Vidare påstår de att Twitter leder till att användare tendera till kortare och enklare presentation och interaktion av individer (Dwyer, Fraser 2016).

Dijcks (2013) undersöker motiv till att delta i sociala media och kommer fram till att identiteten står i relation till definition av situation i en massmedierad kontext som i Dijcks artikel, där massmedier anses tagit rollen som den generaliserade andra (Dijcks, 2013). Vidare undersöks enbart motiveringen för att vara med, där författaren kommer fram till att individer inte är på sociala-medier för att uttrycka sin personlighet, utan tvärtom för att bara vara med (Cover, 2012).

Boyd (2014: 176) pratar om "digital native" och "digital immigrant", alltså digital urbefolkning och digitala immigranter. Där den yngre generationen som är födda in i den digitaliserade världen besitter all kunskap rörande ny teknik, och där den äldre generationen som har fått integrerats in i den digitaliserade världen alltid kommer ligga två steg bakom urbefolkningens förståelse. Detta är förstås missvisande till den grad att personer inte föds med kunskap om den digitala tekniken, dessa får jobba hårt för att tillskansa sig kunskapen. Dock kan de argumenteras för att den yngre generationen möjligen får en naturligare relation till den digitaliserade tekniken och genom detta skapar en mer givande och utvecklande inläring. Vidare kan det ligga en rädsla i immigranternas förståelse av sin underlägsenhet mot urbefolkningen, och att detta kan leda till att immigranterna kan försöka kontrollera ramen för urbefolkningens utövande, som så många andra kulturer har gjort mot

varandra (Boyd 2014: 179-180). Dock påpekar hon att detta är ett överdrivet exempel men att grunden till missförstånden mellan parterna och rädslan för den till synes bottenlösa kunskapsbrunne hos urbefolkningen kan ligga i detta.

2.2 Självreflexion

Den tidigare forskningen rörande självreflexion undersöker bland annat, om kön kan vara socialt konstruerat, hur kritik tas och ges mellan individerna på sociala-medier samt hur erotiska selfies har sexualiserat objekt och skapat omedveten konsumtion hos följare.

Sargent och Corse (2013) undersöker i sin artikel hur användning av sociala media hjälper individer att förstå och lär sig om köns begrepp och könsrepresentation. De menar att kön är socialt konstruerat och får ett nytt och annorlunda presentation på sociala-medier som är allmänt tillgänglig. I studien diskuterar de intervjuade individerna olika uppladdade bilder i förhållande till könsrepresentation och förståelse av hur den produceras, uppfattas och tolkas i vardagen (Sargent och Corse, 2013). Sargent och Corse kommer fram till att bilder och bidrag i sig inte fångar uppmärksamheten om förändringen och reproduktionen av kön i vardagen. Utan att den interaktiva komponenten att posta och dela på sociala media gör att den uppmärksammas (2013).

Cen och Zainul undersöker hur rädsla om att bli avvisad och kritiserad av andra på sociala-medier påverka individer, och om det finns en skillnad av självuppfattning kön. De kommer fram till att både män och kvinnor kände rädsla för att bli avvisade och kritiserade på sociala-medier och att de påverkade vad de kände sig bekväma med att ladda upp. Författarna menar även att antalet avvisningar står i direkt korrelation med ett aggressivt beteende, samt att män reagerade starkare mot avvisningar än mot kritik (Chen, Zainul, 2014).

Abidin (2016) undersöker i sin artikel den globala trenden av "Selfies" och individens inflytelse på Instagram, som har blivit populärt genom att ladda upp Selfies som är erotiska. Hon beskriver själva processen som kommersiell, genomtänkt och tidskrävande. Abidin kommer fram till att sexualisering av objekt ger en känsla av makt och förmedlar bärkraft som utnyttjas av reklamföretag för att få individer att konsumera. Abidin konstaterar dessutom att konsument processen sker omedvetet av individer och är därmed väldigt effektiv, eftersom huvuddelen inte ifrågasätter själva reklamen.

Andra artiklar undersöker självuppfattning på sociala-medier och om det finns ett visst sätt att uttrycka sig genom bilder och "posts" (Altheide, 2000. Nongpong, Charoensukmongkol, 2014). De kommer fram till att självuppfattning av kön spelar en mindre stor roll då fokuset ligger på sexualisering av både män och kvinnor genom inlägg.

2.3 Beroende beteenden

Det finns forskning som diskuterar innebörden av presentation av offline-aktiviteter online, det vill säga de olika funktioner som individen kan använda sig av på sociala-medier, påverkar individens presentation av identitet och skapar ibland även beroendebeteenden. Chardon (2014) belyser problematiken rörande verklighetsuppfattning och vad som faktiskt besitter tyngd i stora delar av dagens samhälle. Hon menar att Jean Baudrillards teori rörande Simulacra, verklighets simulering, har en tydlig koppling till beteendet som uppvisas på sociala-medier. Publiken på sociala-medier vill enbart se de vackra, en simulering av verkligheten. Detta kan förstås som att de skapas genom Instagrams funktion, filter. Här kan användare enkelt och smidigt förfina verkligheten och skapa något vackrare och lite närmare perfekt. Kravet på skönhet och perfektion har lett till att individer föredrar de simulerade över de äkta. De naturliga och kanske mindre vackra har ingen plats i dagens sociala-medier. Chardon (2014) lyfter sin oro rörande den digitala utvecklingen i samma riktning som Moon et al. (2016) samt Schwartz och Halegoua (2014). Hon menar att denna besatthet av sig själv kan resultera i att individen förlorar sig själv i simulationen av verkligheten under jakten på

“likes” och det perfekta sättet att uppdatera sin Instagram profil. En total fränkoppling är omöjlig vid det här laget, dock är det viktigt att kunna separera nuet från den sociala medians simulerade skönhets preferenser och “likes” baserade liv (Chardon 2014).

Boyd (2014: 78-80) berör också ämnet runt beroendebeteende på sociala-medier, men ur en motsatt infallsvinkel. Hon menar att media målar upp missvisande mörka bilder av individer som till varje pris kommer hålla sig uppkopplade och är villiga att offra allt av värde för att bibehålla sin status på sociala-medier. Här argumenterar Boyd för att detta beroendebeteende enbart är en feltolkning av situationen, hon menar att beteendemönstret finns i flertalet generationer av unga individer och avspeglar enbart de unga individernas behov av sociala band. Författaren menar att beroendet är till individens sociala nätverk, oberoende av vilken teknik som tillåter denne att kommunicera med tidigare nämnda nätverk kommer vara det som används.

En av de många olika funktionerna som finns på sociala media är möjligheten att ange sin position, alltså vart man befinner sig. Författaren säger att individen laddar upp bilder av betydelsefulla offline aktiviteter på sociala-medier för att dela och visa sina följare vad de gör och vart de ha varit. På ett sätt så ska det visa att de är aktiva och genom detta intressanta menar Schwartz och Halegoua men framförallt visar det att de flesta vill få självbekräftelse. Författarna kommer fram till att individerna gör detta utav ett slags beroende beteende där individerna känner att de behöva posta sin position konstant. Men de kommer också fram till att individerna använder funktionen för att försäkra sig själva om händelsen, eftersom en allmän känsla är att det inte har hänt om de inte laddas upp (Schwartz och Halegoua, 2014).

Boyd (2014: 31-36) lyfter individens problematik med att identifiera den aktuella publiken som är tänkt att tilltalas, och den som faktiskt nås av meddelandet. Användare av sociala-medier kan ställas inför en rad kollapsande meningssubstanser, alltså att den föreställda situationen förändras radikalt, till exempel på grund utav att en annan individ ger sig in i en aktiv diskussion. En sådan offline situation kan hanteras med en relativt anspråkslös ansträngning, individerna kan till exempel välja att sluta prata eller acceptera den nya medlemmen. Dock är det med stora svårigheter individer försöker förutse och hantera detta online, då det är omöjligt att veta när och om en annan individ kommer addera sig själv till en liknande situation. Meningssubstansen kollapsar aldrig av sig själv, det är alltid i interaktion med andra individer. Kollapsen kan alltså grundas i definitionen av situationen, om individer agerar olika inom ramen för samma situation är kollapsen ett väntat faktum (Boyd 2014: 48-50). Individen kan ses motarbeta den möjliga kollapsen genom att anpassa sin presentation beroende på plattform. Om individen förväntar sig en typ av publik på en specifik plattform kommer också presentationen utformas efter deras samtycke och godkännande. Alternativet till detta är att utforma sin presentation med så pass otillförlitlig information så att publiken tvingas ta det som en oseriös presentation. Detta kan ses skapa en avdramatiserad situation som tillintetgör en möjlig kollaps (Boyd 2014: 38-42).

2.4 Instagram i jämförelse med Facebook

Då studien handlar till stor del om Instagram, ansåg vi det viktigt att definiera vad online-plattformen handlar om. Studieobjektet Instagram är en online bild-delnings plattform som ger användarna möjligheten att ta bilder och delar de på sina profiler. Detta kan göras genom en öppen profil, med detta menas att vem som helst kan se dess innehåll. Eller genom en stängd profil som enbart är tillgänglig för de individer som har beviljats åtkomst. Detta sker genom att en person skickar en “följ förfrågan”, till den personen med stängd Instagram profil som man vill följa. Beviljas denna förfrågan så får man tillgång till allt innehåll som postas på den profilen. Bilderna kan samtidigt som de delas på Instagram också delas på andra sociala-medier plattformar så som Facebook, Twitter, Tumblr, och Flickr.

Instagram är en mobilapplikation som är anpassad till uppladdning av bilder tagna med mobilkameran, då en liknande process med ett annat bildskapande verktyg är omfattande och tidskrävande. Applikationen Instagram lägger fokus på bilder, så varje uppladdning är en bild då det är förutsättningen för att kunna göra ett inlägg. För att digitalt bearbeta bilderna som ska läggas upp finns det olika filter att tillgå som förändra ljuset, formen och storleken av bilden. En uppladdning på Instagram sker i olika steg. Först väljs bilden som ska laddas upp, sen så få man ett urval av olika filter som kan läggas på bilden. Sista steget är att bifoga en hashtag, genom detta kan andra individer som har samma intresse hitta bilden och indirekt den aktuella profilen. Dessutom finns det plats under bilden för en kortare text. Till sist kan man ange på vilket ställe bilden har tagits och om man vill dela inläggen på andra plattformar som till exempel [Facebook](#), [Twitter](#), [Tumblr](#), och [Flickr](#). Varje person som har en Instagramprofil har också ett nyhetsflöde som visar de senaste bilderna som laddats upp av de personer man följer. Här får man chansen att reagera på deras inlägg och även skriva kommentarer.

En artikel som handlar om Instagram och hur man använder plattformen skrevs av Yuheng et al. (2014). Författarna har kommit fram till att Instagram är en snabbt växande online-plattform som inleddes oktober 2010. Sedan dess har de fått mer än 150 miljoner aktiva användare som i genomsnitt laddar upp 55 miljoner bilder per dag (Yuheng et al. 2014). Instagram anses som en ny form av kommunikation som sker genom bilder. Författarna undersöker hur Instagram används och vilka slags bilder som är populärast. Författarna kommer fram till att bilderna av ansikten, speciellt selfies är de mest populära. Dessutom föredras förenklade och tydligare bilder som inte visar för mycket på en gång av användarna (Yuheng et al. 2014).

I det här stycket introduceras först vad Facebook är och sen jämförs de med Instagram för att visa uppenbara skillnader och ge en djupare förståelse av studieobjektet. Då Facebook används i undersökningen för att diskutera förändringar inom social-media och hur dessa upplevs av individen, ska vi kort förklara vad Facebook är och vad som styrker trenden att gå från denna plattform. Förändringen från text till bild och därmed från Facebook till Instagram tas upp tidigare i undersökningen men ska här presenteras tillsammans med själva applikationen för att ge en helhetsbild.

Facebook är en social-media plattform som introducerades 2006 och var tillgänglig genom en webbsida. Senare blev Facebook också en mobilapplikation och introducerade "Messenger", som är ytterligare en applikation som dock är knuten till Facebooks hemsida (Baiyun och Justin, 2012). Intervjupersonerna berättar att Facebooks mobilapplikation "Messenger" används för att kommunicera med vänner och i grupper som gäller jobb eller universitets relaterade angelägenheter. För att vara med på Facebook måste man skapa en profil säger intervjupersonerna. De berättar att man skriver framförallt på Facebook i så kallade "posts" där man delar något som känns viktigt för användaren. Ibland så delas också bilder eller framförallt andra personers, företags posts. Dessutom upplevs Facebook ha blivit ett ställe där de framförallt postas inlägg som inte är skrivna av någon man känner utan snarare av företag eller andra sidor.

Denna information stöts av en artikel som undersökt följderna av förändringen från text till bild på sociala-medieplattformar. Författarna undersökte individens preferens att använda mer temporära sidor som Snapchat och Instagram, före Facebook som dominerade sociala-medier hittills. De kommer fram till att individerna föredrar dessa på grund av att det hjälper dem att slappna av, över t.ex. Facebook som står för mer omfattande informationer. Baiyun och Justin (2012) kommer också fram till att Instagram vinner popularitet genom sin användarvänliga och enkelt sätt att dela bilder. Facebook anses för komplicerad och oöverskådlig på grund av att det inte längre handlar om "vänners" inlägg utan också mycket sponsrad reklam och inlägg av företag (Baiyun och Justin, 2012).

2.5 Tidigare forsknings relation till uppsatsen

Den tidigare forskningen berör flertalet intressanta och avgörande aspekter rörande förståelsen av social interaktion på sociala-medier. Vi har utformat vårt arbete för att följa i dessa banor, dock har vi valt att fokusera på en del som vi anser saknas. Effekten av förflyttningen mellan två interaktionsmetoder. Där en är baserad på komplexa beskrivningar och djupare insikter i en individs beteende. Den andra, vilket utvecklingen rör sig mot, är baserad på enbart visuell presentation med ytterst trivial textuell beskrivning. Vi tog beslutet att fokusera på Instagram, en social media plattform som visar sin relevans eftersom den står för utvecklingen från text till bild. Billings (2015) anser även att Facebook är en döende, eller inte längre ledande medium på grund av fokusering på ett alldeles för djupgående och informationsrika sätt att interagera, detta till skillnad från Instagram där bilder står för huvuddelen av kommunikationen. Vi valde vidare att inte enbart fokusera på presentation av identitet på Instagram, vi valde också att undersöka utvecklingen av individens användning av vissa sociala-medier och vilka följder det har för presentationen av identitet. Detta val gjordes i ljuset av de socialpsykologiska aspekterna som formade de olika temana som den tidigare forskningen är sorterad under. Då den tidigare forskningen pekar på ett förändrat socialt beteende hos användare av olika sociala-medier, fann vi det väsentligt att integrera denna aspekt i vår undersökning.

2.6 Uppsatsens avgränsningar

Vi har valt att avgränsa populationen genom att enbart välja informanter som ser sig själva som användare eller före detta användare av Facebook samt användare av Instagram. Detta på grund av att vi enbart undersöker användare samt användares upplevelser av dessa sociala-media plattformar. Då studien inte är tillräckligt omfattande (10 kvalitativa intervjuer), valdes det att hålla populationen så homogen som möjligt då vi inte skulle kunna påvisa en skillnad mellan könen. Därför kommer vi inte lägga ett större fokus på könsperspektivet, utan vi kommer att lägga fokuset på självreflektion. Fokuset av studien ligger på unga-vuxna (18-29 år) då detta är den generation som till största del är involverad inom sociala-medier (Duggan, 2014).

3 Teori

I detta avsnitt presenteras några utvalda teorier som är relevanta för att undersöka hur utvecklingen - från text till bild - inom sociala-medier inverkar på individers presentation av sin identitet. Dessutom ska aspekten av beroendebeteende på sociala-medier belysas ur ett socialpsykologiskt perspektiv. Teorierna valdes på grund av sin tydliga koppling till interaktion mellan individer och förändringen från text till bild på sociala-medier.

3.1 Problematisering av realiteten sociala-medier

Sociala-medier har stor inflytelse på människors liv genom att hela tiden skapa nya och mångsidiga möjligheter att uttrycka och presentera sin identitet online, vilket också är tillgängligt för alla. Detta gör att online och offline smälter in i varandra och gör det svårt för individerna att skilja dessa åt och avgöra graden av verklighet. För att förstå individernas upplevelse av online realitet på sociala-medier i koppling till deras offline realitet, och hur varseblivningen av båda sker valdes teorin om *Simulacra* och *Simulation* som utvecklades av Baudrillard (1994).

Hans idéer om teknikens betydelse för samhällsutvecklingen, inspirerade en djupare förståelse av fenomenet social-media och hur realiteten upplevs av individer. Baudrillard teori om *Simulacra* och *Simulation* valdes på grund av relevansen i relation till sociala-medier och samhällets utveckling beroende av mass-media.

Pressen på individen att vara med på sociala-media och hålla sig uppdaterad hela tiden skulle kunna komma från samhället som har gjort sociala-media till en stor del av dess vardag. Vad som händer online skulle därmed kunna ses ha blivit lika viktigt som det som händer offline. Baudrillard har utvecklat en teori som passar i uppsatsens syfte, det handlar om *Simulacra*, som beskriver ett tillstånd av hyperrealitet där individer inte längre skiljer på verklighet och fiktion (1994:1). Baudrillard menar att samhället existerar i en värld, beroende av konsumtion och massmedia, där nostalgi har blivit den nya sanningen, en blandning av minnen och idealiserade minnen från samma tidsperiod. Detta gör att individer inte längre skiljer mellan avbildningen av ett objekt och objektet i sig, eftersom båda har blivit sanningen för dem (Baudrillard, 1994: 4).

Han menar att samhället blir så förenad med massmedier att det bli en ny realitet som samexisterar med offline realiteten. Denna teori ska vi undersöka i samband med sociala-media för att få en bättre förståelse på graden av inverkan som sociala-media skulle kunna ha på individerna. Dessutom ska vi diskutera om förändringen från Facebook till Instagram, och därmed vad övergången från text till bild innebär för individens upplevda identitet. Vad betyder trenden av en mer passiv interaktion och kommunikation, för individen och hur den upplever sin identitet på sociala-media? Detta skulle kunna ses som särskilt problematiskt om individerna inte längre kan skilja på online och offline realiteten, vilket skulle kunna betyda att det som postas online skulle uppfattas som sanningen oavsett om det stämmer eller inte.

Det kan anses som en allt för enspårig förklaring att det skulle vara samhället och därmed grupptvången som gör att man är med. Baudrillard utvecklade en teori kring fenomenet, av konsumtion som leder ingenstans men verkar ändå ha en stor betydelse för samhället. Han kallar detta för Simulationen, han menar att det är essentiell för att bevara det moderna samhällets struktur och ordning genom att sysselsätta de med produktion och konsumtion som de ultimata målet. Då konsumtion i sig inte har någon större betydelse förutom att reflektera en viss social ställning och underhållningen av en specifik livsstil. Baudrillard menar att samhället tror att de utvecklas genom produktion och konsumtion men egentligen händer ingenting och därmed befinner de sig i en *hypersimulation* (Baudrillard, 1994:69). Hypersimulationen beskriver hela processen där individerna utöva en simulation, alltså en process som inte ha ett annat mål än att sysselsätta själva. Det sker därmed en händelse som egentligen inte finns men som känns väldigt real och betydelsefull för individen.

Teorin om *Simulation* valdes för att analysera individernas upplevelse av beroende beteende och förändringar på sociala-media. Vi ska applicera Baudrillards begrepp Simulation till applikationerna Facebook och Instagram, för att analysera teorin i samband med intervjuerna. Påverkar förändringen från text till bild hur starkt individerna är involverad på dessa plattformar? Hur presenterar individerna sin identitet på sociala-medier i samband med Baudrillards påstående om att de inte skilja på online och offline?

Interaktionen mellan individer spelar också en stor roll i undersökningen, då genom sociala-media inte bara kommunikationen förändras utan också beteende. Till exempel skulle en passiva interaktion kunna ses som avgörande för hur mycket individerna våga dela. Men också att allting man gör på sociala-media är offentligt, skulle kunna spela en stor roll. Detta gör kanske till och med att individerna skulle bete sig efter vissa regler och normer på sociala-media, för att inte gör sig sårbara.

Baudrillard menar att elektroniska tidevarv markerar en vändpunkt i historien, där individualismen och nationalismen tar slut. Detta återuppväcker flock-kulturen, en värld där det finns tusentals information som nästan ha ingen betydelse längre (Baudrillard, 1994: 79). Denna kultur institutionaliseras genom processen av standardisering som leder till visuell organisering av tid och rum (Baudrillard, 1994: 67). Han menar att endast direkt icke-visuell kommunikation kan förändra situationen. Allt som produceras blir samtida, decentraliserad och medför en *implosion* som han kallar det för (Baudrillard, 1994: 70). Implosionen gör att

individer hittar tillbaka till en värld där de kan engagera sig och känner att de tillhör flockkulturen. Han förutspår en framtid där massmedia kulturen dominerar individens syn på den sociala världen, och gör att världen utformar ett kollektivt samvete (Baudrillard, 1994: 61).

Ett kollektivt samvete skulle kunna påverka individerna på sociala-media så att de reagerar och interagera mer extremt. Det skulle kunna bli lättare att bete sig egoistisk och negativt, eftersom man inte interagerar direkt utan att genom en distans där man känner sig mindre utsatt. Baudrillard säger att genom den lätta tillgängligheten av information har samhället blivit kallt, den har förlorat sin romantik, passion och önskan att revoltera, sin explosion om så vill. Simulacra är det nya sättet, ett samhälle av information genom vilken världen förändras och styrs. Han jämför därför Simulacra med en implosion, då individen påverkas utifrån samhället som sätter stor press genom normer och regler (Baudrillard, 1994: 55). Han menar att en explosion står för hoppet för passion och romantik, den ger individen anledning att ifrågasätta makten och starta revolutioner. Däremot den sociala implosionen sker steg för steg och är därmed nästan osynlig. Detta gör att individen inte har någon anledning till att bli upprörd, eftersom de ofta inte ens märka förändringen (Baudrillard, 1994:15). Simulacra används av median som ville påverka individen på två olika sätt. Den första är att skapa en händelse bara genom deras närvaro, en *Simulation*, som gör att individer anser den som verkligheten, och den andra är att kontrollera massan genom upprepning (1994:79).

En vidare aspekt av undersökningen är teknikens betydelse och inflytelse på individen. Baudrillard menar att utöva teknik är att utöva sociala beteende, då samhället fastställer hur tekniken användas och utvecklas. Detta gör att tekniken blir socialt manipulerad och därmed ett redskap av makt (Baudrillard, 1994: 35). Tekniken är framförallt ett verktyg av social kontroll, som utövas genom två olika sätt. Den första är den direkta kontrollen som legitimeras genom regler och politik, den andra utövas indirekt genom naturligt drivna och sociala mekanismer av anpassning (Baudrillard, 1994: 26). Med politiska dimensionen menar Baudrillard framförallt fokusering på kontrollerad utveckling och fördelning av tekniken, eftersom den ha stor maktpotential. Den kulturella dimensionen fungerar på ett institutionellt sätt, där den skapa möjligheten att synliggöra skillnad och nackdelar mellan individer och därmed fungera på ett diskriminerande sätt. Tekniken handlar inte längre om vetenskap utan den handlar om status (Baudrillard, 1994: 27). En annan aspekt är att livet har blivit mer socialt, då den nya makten sammansätts av kulturella och intellektuella värden. Värdena är dock skenheliga och ytliga (Baudrillard, 1994: 63). Hyperrealiteten är förklaringen till fenomenet, eftersom realiteten och fiktion blandas av individer så att det inte finns ett tydligt sätt att skilja dem åt längre. Baudrillard säger att hyperrealiteten inte bara är blandningen utan att individer skapa symboler som representerar något som egentligen inte finns. Det spelar dock ingen roll om något är verkligt eller fiktivt så länge som folk tror på det, eftersom det är de som verkligen gäller. Hyperrealiteten ha dessutom ingen dåtid, nutid eller framtid, den kan utföra alla funktioner och samtidigt är den ingenting (Baudrillard, 1994: 78).

Massproduktionen har funnits länge, om man tar till exempel förvarning av historisk meningsfulla objekt, som sparades på tusentals ställen, och deras enda syfte var att bevara historien av en viss tid. Baudrillard menar att vi känner drivet att producera och samla, detta ger oss mening (1994: 68). Baudrillard sätter Simulacra i relation till temporära fotografier, filmer och television, genom att påstår att de bara liknar realiteten, händelser och ansikten. Han säger vidare att massan ville anpassar sig efter dessa produkter av liknelse, genom vilket dem formar omedveten konformitet. Detta förklarar Baudrillard genom att människor är väldigt bra på att absorbera och härma sociala omgivningar (1994: 3).

3.2 Online interaktion vs. offline interaktion

Goffmans teorier används som största del inom innehållsanalysen då de kan ses belysa individernas Instagramprofil som ett bildbaserat *Framework*.

Digitaliserad interaktion, till skillnad från ansikte mot ansikte interaktion, bygger på tolkningar av andrahandskällor. Visserligen kan informationen komma från personen i fråga, men den är alltid omarbetad och strukturerad för att avspegla de avsändarna vill att mottagarna skall tolka. Detta till skillnad från ansikte mot ansikte interaktion där ramen för kroppsspråk och allt vad detta kommunicerar omedvetet till mottagaren är aktiv.

Med detta blir Goffmans teori rörande *Framework* (1974) intressant. Där Goffman pratar om hur människor tolkar, omtolkar och feltolkar olika situationer beroende på deras personliga engagemang och förståelse i och för situationen.

Goffman förklarar *Framework*, eller ramar, som att definitionerna av en situation är uppbyggda i enlighet med principerna för organisationer som styr händelser - åtminstone sociala - och vårt subjektiva engagemang i dem (Goffman 1974: 11). Ramar används alltså för att beskriva hur individer tolka och förstå sociala situationer beroende på deras engagemangsnivå i den aktuella situationen. Detta kan förstås som att två personer med olika engagemangsnivå inom samma situation troligen kommer tolka den på olika sätt. Ett passande exempel för studien skulle kunna ses som följande; en person sitter med sin mobiltelefon i knät och tittar koncentrerat på skärmen, för att hen till exempel väntar på ett viktigt samtal. Person två kommer gående och ser den första individen göra detta, automatiskt kommer denna nyanlända person applicera en ram som denne förväntar sig ska passa situationen. Till exempel att personen är online på sociala-medier. Beroende på om situationen är korrekt tolkad eller inte kommer utfallet variera för personen som tolkade situationen olika.

Ramar består av flertalet delar, Primary framework, eller primär ram som är grunden till all tolkning en individ kan och omedvetet kommer applicera på en situation. Breaking frame, eller att bryta ramen, är när en person applicerar en felaktig tolkning på en situation och integreringen inom fältet misslyckas. Samt *Keying* som kan förstås som två tolkningar av samma situation.

Goffman använder alltså ramor för att förstå enskilda individers tolkningar och förståelser av specifika situationer. Genom denna uppfattning av ramor har vi valt att applicera den på vår undersökning för att försöka förstå informanternas tolkning av deras situation på sociala-medier.

Goffman (1974: 25-28) definierar den primära ramen som de första begrepp som behövs för att identifiera en situation, han menar även att det är högst troligt att i vilken given situation som helst använder individer ett flertal primära ramor. Goffman (1974: 21-25) delar upp den primära ramen i två delar, naturliga och sociala ramen. Den naturliga ramen identifierar händelser som klassificeras som oplanerade, icke-styrda och rent fysiska händelser, det finns ingen aktör bakom händelsen. Sociala ramen är planerade, styrda och meningsfulla händelser som har en levande agent bakom sig, guide händelser som Goffman kallar dem. Goffman menar att naturliga ramor kan agera oberoende av sociala ramor, dock är sociala ramor högst beroende av den fysiska världen inom naturliga ramor. Ett relaterat och förtydligande exempel kan förstås som följande: en individ kan förstå processen och tillvägagångssättet rörande Instagram och alla dess funktioner, hur en bild och medföljande text blir uppladdad samt andra aktuella funktioner, dock krävs det kunskap om fysiska rörelser, kroppslig kontroll och ett textuellt språk för att applikationen ska fungera.

Vidare menar han att primära ramor är ett sätt att identifiera en grupp, att förstå hur gruppen genom ramor ser på ramor, alltså deras trossystem, värderingar och liknande identifikationer. Goffman (1974: 35-37) menar att människokroppen och all fysisk kontakt med den är omöjlig att placera i en av de två ramorna då kroppen ses som en resurs och alltid kommer befinna sig under viss spänning gällande gränser. Primära ramen sätts inte bara i spel

när en individ agerar inom en situation, individer som inte interagerar i den aktuella situationen utan förblir betraktare är fortfarande högst aktiva inom den primära ramen. Genom att kasta en blick på en händelse så appliceras en ram och individen gör en tolkning av vad som troligen har hänt och vad denne förväntar sig ska hända i situationen, perspektivet som enligt betraktaren lämpar situationen appliceras och förväntas passa (Goffman 1974: 38-39). Goffman menar vidare att individer som reagerar på att deras perspektiv inte passar en situation menar indirekt att det dem förväntade sig var definitionen eller mallen för en normal situation med förutsägbara resultat.

Breaking Frame, eller att bryta ramen är vad Goffman (1974: 347) kallar det när en individ misslyckas med att applicera sin tolkning av situationen, sitt perspektiv, på en händelse. Goffman (1974: 346) menar att individens psykobiologiska process är av stor betydelse för integreringen inom fältet, för att integreringen skall lyckas måste detta ske till en viss del omedvetet. En individ kan inte medvetet välja att integreras, inte till fullo i alla fall, detta skulle innebära att processen är förstörd då individens direkta mål inte är själva fältet utan snarare hur denne skall bli en integrerad del av den. Resultatet blir att integreringen inte kan genomföras till fullo och individen kommer uppleva utanförskap inom fältet. Här menar Goffman att en individs misslyckande rörande involvering i situationen ofta skapar en dominoeffekt. Individens misslyckade upprätthållande av situationen blir allt som oftast uppmärksammat av de andra personerna i situationen, vilket leder till att dessa försöker omtolka situationen och förstå vad som skall göras härnäst. Detta innebär att samtliga inblandade individer har förlorat sin involvering i den grundläggande aktiviteten. Alltså är aktivitet i en situation en sammanlåsande skyldighet mellan individer. Detta kan exemplifieras genom att två personer ska posta en bild på Instagram tillsammans, en av individerna fokuserar på att den ska posta och hur den ska göra det, detta leder till att individens fokus ligger utanför själva agerandet. Den andra personen fokuserar på själva agerandet. Den första individen kommer alltså inte lyckas med en fullständig integrering i situationen, då fokus ligger på själva processen och inte målet. Detta leder till att denne agerar felaktigt och avslöjar sin ofullständiga integrering, vilket får den andra personen att reagera på detta. Resultatet blir att båda förlorar sin integrering i situationen. Goffman (1974: 347-349) menar att den mänskliga kroppen är ett objekt som kan bryta ramen, han menar att om en person är iögonfallande klädd i en given situation, ett ansiktsuttryck som inte passar in i omständigheterna uppvisas eller att andra uttrycks relaterade avvikelser uppstår kan detta bryta ramen och tvinga individen att göra en nytolkning av situationen eller försöka integrera in i den gamla igen.

Keying är vad Goffman (1974: 40-45) definierar som en uppsättning konventioner, som redan äger mening, som sedan transformeras till andra meningsgivande aktiviteter. Ett förtydligande kan läsas som att fenomenet *Keying* är två delar av samma situation som tolkas på olika sätt, som till exempel; en Instagram användare postar en bild på sig själv under processen av att laga mat, en annan användare ser denna bild och tolkar den som en bild beskrivande individens kunskap i köket. Bildens egentliga mening var att visa personens nya frisyra utan att dra för mycket uppmärksamhet till de uppenbara, att personen sökte bekräftelse för den nya frisyren. Här kan vi se hur två olika personer tolkar samma situation på helt olika sätt, allt beroende på vilken mening de ger den.

Goffmans definitionen av *Keying*; Han menar att en systematisk transformation är involverad över material som redan är meningsfull i överensstämmelse med ett schema av tolkningar, vilka skulle göra processen meningslös om de uteblir. Vidare menar han att deltagarna i aktiviteten skall vara medvetna om och öppet medge att en systematisk förändring är involverad, en förändring som kommer rekonstruera vad som enligt dem händer. Signaler kommer att fastställas när transformeringen ska börja och när den ska sluta, nämligen parenteser i tidsrummet, inom vilka transformeringen är begränsad. På samma sätt kommer

rumsliga parenteser avgränsa området inom sig och avgränsa området utanför parenteserna där *Keying* gäller. *Keying* är inte begränsad till någon specifik klass av perspektiv. Det är lika möjligt att leka träd som de är att återskapa en vigselceremoni. Genom detta kan vi se att den systematiska förändringen som en specifik *Keying* skapar bara påverkar en viss situation markant. Dock påverkar de radikalt vad en deltagare skulle klassificera händelsen som. Alltså, det som för en person kommer tolkas som en beskrivande bild på Instagram för en person kan betyda något helt annat för personen som postade den. Allt beroende på individernas olika *Keying*.

Keying, där det finns en, besitter en avgörande roll i fastställandet av vad som faktiskt händer i situationen (Goffman 1974: 45). Fortsättningsvis anser Goffman att *Keying* är en form av utgrening av den primära ramen, alltså en situation som enligt den primära ramen skulle tolkas på ett sätt kan genom appliceringen av *Keying* omtolkas och förstås genom ett helt annat synsätt, även då situationen till stor del liknar den som i den primära ramen skulle inneburi något helt annat.

3.3 Modernitet och självidentifiering

Giddens kan ses intressant gällande individernas syn på sig själv och samhällets fokusering på självreflektion, individualisering, narcissism och övervakning. Skapandet av självidentifiering som ett sammanhängande fenomen i ett modernt samhälle kan ses upprätthållas genom utformandet av en fysisk eller psykisk självbiografi. Individen kan med hjälp av denna produkt filtrera ut samt spara sina egna händelser av betydelse från den stora massans agerande. Vilket kan ses som en kärnprocess inom självidentifiering i de moderna sociala livet (Giddens 1991: 76). Vidare kan denna process av självidentifiering ses som grundande för en narcissistisk utveckling där upprätthållandet av självet sker mot en utarmning av moralen. Då individen är beroende av en kontinuitet av beundran och bekräftelse för att stödja en sviktande självidentifiering. Denna utveckling bidrar till en oförmåga hos individerna att fokusera på något annat än självet, vilket kan skapa en otydlighet rörande etableringen av tydliga gränser mellan självet och externa världar (Giddens 1991: 170-172). Detta kan ses som relevant då individernas Instagram profiler skulle kunna ses som samhällets fokusering på självreflektion, individualisering och narcissism.

Giddens (2006: 262) diskuterar ämnet övervakning inom flertalet delar av samhällsapparaten, till exempel arbetsplatsen, sjukvård, utbildningsväsendet och så vidare. Övervakning inom utbildningsväsendet och på arbetsplatsen är något som har funnits under en längre tid, syftet är att bland annat säkerställa ordning, effektivisera produktion och motverka stöld. Vidare menar författaren att övervakningen har trappats upp och förenklats med teknikens utveckling. När arbetsplatsen datoriseras öppnar de upp för andra former av övervakning, såsom datoriserade utvärderingar, övervakning av personalens e-mail konversationer och ökad tillgång till de anställdas information för arbetsgivaren (Giddens 2006: 668). Problematikeringen av övervakning har spridits inom den privata sfären. När man använder sociala-medier sparas de information om individen som å ena sidan är lättåtkomlig för allmänheten men å andra sidan kan anses som ett hot mot individens privatliv.

Ovanstående teorier valdes på grund av att de skulle täcka problemområdet, vilket är relativt ungt. Goffmans teorier valdes framför allt för att stödja innehållsanalysen av informanternas sociala-media profiler på Instagram. Men även på grund av interaktionen mellan individer samt den tolkningsproblematik detta kan innebära. Baudrillards teorier valdes på grund av individens syn på realitet i relation till massmedia. Som i den här undersökningen används på sociala-medier som kan ses som en utveckling av massmedia. Dessutom diskuterar Baudrillard beroende beteende som skapas genom konstant tillgänglighet till sociala-medier

och därmed möjligheten att jämföra sig med andra individer. Giddens något blygsamma bidrag valdes för att belysa individens förändring inom självidentifiering i ett modernt samhälle. Koppling mellan teorierna kan ses inom interaktionen som båda författarna diskuterar. Baudrillard lägger dock fokuset på samhället och individens tolkning av realitet då Goffman lägger fokus på en individ som tydligt kan skilja mellan realitet och spel. Detta kan leda till en viss grad av motsägelse mellan teorierna då Baudrillard utgår från att massmedia påverkar individen, som gör att de inte skiljer mellan olika realiteter. Goffman menar att individerna är medvetna om sina handlingar. Denna skillnad mellan teoriernas fokus och applicerbarhet på undersökningen ses som relativt oproblematisk då dem ska användas på olika aspekter av undersökningen.

4 Metod

I metoddelen har vi använt oss av Trost (1997) instruktion för kvalitativa intervjuer samt Brinkmann och Kvaales (2009: 41ff) tolkning av den fenomenologiska ansatsen. Brinkmann och Kvale (2009: 42) menar att den fenomenologiska ansatsen inom kvalitativa studier används för att förstå sociala fenomen utifrån individernas egna perspektiv och att verkligheten är vad människor uppfattar att den är. Fenomenologi genom sin öppna fokusering på innebörden i informantens livsvärld skapar en förståelseform inom den kvalitativa forskningsintervjun. Brinkmann och Kvale (2009: 43) menar att en semistrukturerad livsvärldsintervju är användbar för att förstå teman ur individens vardagsvärld och hans eget perspektiv. En sådan intervju söker beskrivningar av informanternas levda värld utifrån tolkningar av innebörden hos det beskrivna fenomenet (Brinkmann och Kvale 2009: 44). För vår studie blir det intressant då vi undersöker en komplex och relativt personlig och sluten handling. Denna djupgående metod kan hjälpa oss att frigöra mindre självklara svar och anledningar till informanternas handlingar.

Med detta i ryggen har vi valt att utgå från en fenomenologisk ansats då vi anser att denne är passande gällande vår undersökning. Vidare kommer vi också att använda oss av Aspers (2004: 59-60) samhällsvetenskapliga ansats för att analysera bilder som perspektivanalytiska reflektionsytor.

Det ska genomföras 10 intervjuer á 45 minuter. Vi valde åldersgruppen 18-29 år för att enligt statistiskt är det den största och mest aktiva gruppen av nätanvändare, på Facebook (82 %) och Instagram (37 %) (Duggan, 2014). Valet av åldersgruppen gjordes därför att vi ville undersöka den mest relevanta gruppen för vårt syfte och samtidigt begränsa urvalet, eftersom studien är styrd av sina begränsade resurstillgångar och kan genom detta inte undersöka hela populationen.

För att få en så låg grad av standardisering som möjligt har vi formulerat frågorna i intervjuguiden efter informanternas språkbruk och anpassa fråge följd efter intervjuens gång. Följdfrågorna formulerades spontant under intervjuens gång beroende på informantens svar, detta ökar vår variationsmöjlighet vilket kan ha en fördelaktig inverkan på intervjun (Trost 1997: 48-50).

Vidare kommer vi utföra en innehållsanalys av informanternas Instagram profiler.

4.1 Deltagare och urvalsprocess

För att belysa syftet har vi genomfört en förstudie med individer som använder Instagram och Facebook. För studiens bredd försökte vi hitta informanter som representerar stora delar av vår urvalsgrupp. Vi satte ingen värdering vid kön och ansträngde oss därför inte för att få en bredd inom området. Informanterna rymmer inom ramen för åldersgruppen 18-29 år. Under uppsatsens arbete var åtta informanter bosatta i en större kommun i mellersta Sverige och två i en större kommun i södra Sverige, med varierande geografiska bakgrunder oberoende av nuvarande ort.

4.2 Datahantering och motivering av kodningsansats

Som datahanteringsmetod använder vi oss delvis av Kvalés *sju stadier*, som rekommenderas av Trost i sin bok om Kvantitativa intervjuer (1997: 29). Vi valde steg 1-4 för att tydligt förbereda och genomföra intervjuerna inför analysen. Första steget var *tematisering*, att granska studiens syfte och problemområde. Eftersom social media är ett stort område att bedriva forskning inom var det väldigt viktigt att komma överens vad vi ville få reda på. Vi bestämde oss dessutom att inte välja ett teoretiskt perspektiv som Trost föreslår utan att hålla oss så öppna som möjligt till alla tankar och teorier rörande intervjun. Detta bestämde vi på grund av att ett förbestämt teoretiskt perspektiv skulle påverka hur vi ser på intervjuerna och materialet. Vi ville hellre utgå från vad intervjupersonerna tycker är viktigt och relevant för att sen utröna vilket teoretiskt område som passar. Det andra steget bestod av en *design*, där vi planerade studien i detalj.

Under den processen utarbetade vi en intervjuguide som skulle fungera som stöd under själva intervjun. Guidens frågor formulerades i kontext till bakgrund av syfte och egna erfarenheter på Instagram. Urvalsfrågor utformades dessutom med hänsyn till etiska spörsmål som vi anser som relevanta och viktiga. Under intervjun försökte vi att vara uppmärksam på mer än bara svaren, vi försökte att inte tolka informantens svar eller relatera dessa till oss själva. Detta är essentiellt för att få relevant material som speglar intervjupersonens åsikter och inte ens egna (Trost 1997:30). Som sista steg valde vi överföring till bearbetningsbar form, där Trost rekommenderar att hantera data så tydlig och exakt som möjligt. På grund av detta spelade vi in intervjuerna med våra mobiltelefoner, eftersom vi upplevde i tidigare intervjumoment, att intervjupersonen glömmer efter ett tag att mobilen spelar in. Detta beror på att vi använder oss av ett vardagligt objekt som lätt smälter in i omgivningen, så det är inget konstigt med de och ingen vet att det är en intervju som äger rum.

Vi bestämde oss för att genomföra och transkribera en intervju var och sedan koda båda transkriberingarna för att lättare kunna hitta liknelser och/eller avvikelser. Sen tog vi beslut om vilka koder och teman som kändes mest relevant för vår studie. Vi tog beslutet att inte dela ljudinspelningen mellan oss, detta val grundar sig i informantens rätt till anonymitet. Dessutom stängdes nätet av under insamling av data till dess att ljudinspelningen sparades på en extern hårddisk. Detta gjordes för att säkerställa att intervjun inte laddades upp till någon server eller att någon utomstående skulle kunna få tillgång till den. Vi skrev ut redan transkriberade intervjuer för att sedan genomföra varsina tematiska kodningar. Vi jobbade med en kombination av markeringsalternativ, både markering och sorterade via färgkombinationer i texterna och med numrerings kombinationer, detta då bägge metoderna gav samma resultat.

Under processens gång skrev vi exempel för varje tema som hittades i materialen, detta för att kunna utmärka mer eller mindre betydande koder. Sedan jämförde och adderades koder som kändes relevanta och sorterades till större kategorier som skulle bidra med översikt över materialet. Utifrån detta var det lättare att se sammanhang mellan intervjuer som ansågs skilda i början. Vi hittade också några beteende mönster som dels var förväntat och dels nya. I stort sett hade vi ganska liknande koder som vi hänförde till syftet och vad vi var intresserad av, dessutom ansåg vi att intervjuguiden var en stor hjälp och stöd under intervjun. För våra koder och indelning i teman använder vi oss av Beckers (2008: 123) definition av ett begrepp inom kodning.

Ur den aktuella empirin samt våra frågeställningar har vi formulerat tre kategorier samt en större mängd koder (se bilaga 2). Kategorierna samt koderna har skapats ur transkriberingsarbetet och ska ses som förtydligande instrument rörande jämförelsen av innehållsanalysen samt transkriberingarna och enligt vår mening bidra med struktur och överskådlighet inom analysavsnittet.

4.3 Reliabilitet och Validitet

Brinkmann och Kvale (2009: 263) menar att reliabilitet handlar om huruvida resultatet är konsekvent och tillförlitligt. I en intervjusituation syftar detta till om olika forskare kommer få varierande svar på frågorna samt om svaren kommer vara beroende av tillfället, alltså om informanten kommer svara annorlunda vid ett senare tillfälle. Vi försökte minimera detta genom att konstruerade intervjuguiden så att den inte bestod av några ledande frågor. Vi har alltså arbetat med öppna frågor som ämnar belysa informanternas egna tankar och åsikter, inte vad informanten tror att intervjuaren vill ha som svar. Eftersom studien fokuserade på användarnas subjektiva erfarenheter rörande ämnet var metodvalet medvetet i sin grund. Vi var även medvetna om vilka konsekvenser detta kan ha för reliabiliteten då andra forskare kan få andra svar. Valet att använda en semistrukturerad intervjuform påverkar även reliabiliteten då variansen av följdfrågor kan variera både mellan antal och mellan utformning beroende på informantens utsagor. Detta kan resultera i att intervjuer som utgår från samma intervjuguide kan komma att generera olika svar beroende på den oförutsägbara utvecklingen av följdfrågor.

Brinkmann och Kvale (2009: 196-197) belyser vikten av transkriberingsmetod samt att om antalet personer som transkriberar är fler än en är bestämmelser rörande förfaringssättet avgörande för resultatet. Här menar författarna att materialet skall kunna transkriberas och tolkas av flertalet intervjuare utan att resultatet förändras. Detta tog vi i beaktning genom att innan genomförandet av transkriberingarna och tolkningen tillsammans bestämma tillvägagångssättet. Vidare har vi ämnat öka reliabiliteten genom att bland annat koda den andres transkriberingar och sedan jämföra resultatet för att säkerställa tolkningen av materialet. Vi har även i största möjliga mån visat materialet rättvisa genom att belysa detaljer som enligt vår mening bär på betydelse. Dock har vi utelämnat vissa pauser, kroppsspråk och andra emotionella uttryck som inte ansågs relevanta för resultatet då studiens syfte inte kräver en språklig analys. Fortsättningsvis har vi i den mån möjlig förhållit oss objektiva till materialet, detta för att endast se till användarnas subjektiva erfarenheter. Likväl finns alltid chansen att en annan intervjuare med en annan förförståelse skulle skapa en annan tolkning av materialet (Brinkmann och Kvale 2009: 200-201).

Brinkmann och Kvale (2009: 264) menar att validitet ser till om metoden syftar till att undersöka det som önskas undersökas. Eftersom studiens syfte var att undersöka användarnas subjektiva erfarenheter, kan semistrukturerade intervjuer ses som passande genom att de är gynnsamma för studiens validitet. Utsagorna från intervjuerna speglar en begränsad grupp inom ämnet och kan främst säga något om gruppens reflektioner, men skulle möjligen kunna säga något om ett övergripande perspektiv inom motsvarande grupper (Brinkmann och Kvale 2009: 280-281).

Vi har sett till intervjus validitet genom att formulera frågorna utifrån vårt syfte och frågeställningar, detta för att minimera möjlig informationsmiss och öka chansen att täcka vårt undersökningsområde. Fortsättningsvis har vi försökt öka våra tolkningars tillförlitlighet genom att ställa förtydligande följdfrågor och på så sätt säkerställa att informanten förstod frågan samt att vi förstod svaret. Detta menar Brinkmann och Kvale (2009: 149) ökar validiteten hos de tolkade utsagorna. Vi har vidare under tolkningsarbetet av transkriberingarna och innehållsanalysen försökt hålla oss medvetna om påverkan och rollen vi själva besitter i detta arbete och vilken inverkan den kan ha på resultatet. Vi har försökt hålla oss kritiska och självmedvetna angående vår förförståelse till materialet och genom detta visa på hur det faktiskt är och inte vår egen mening rörande ämnet.

Validiteten rörande innehållsanalysen har av något mer uppenbara skäl inte varit lika invecklad. Innehållsanalysen använder en, till skillnad från intervjuer, diskretare insamlingsmetod. Datan består oftast av redan publicerade dokument och/eller artefakter som inte är avsedda för forskning i direkt mening, vilka allt som oftast finns tillgängliga för en mer eller mindre offentlig publik. Materialet skapades och dess avsedda mottagare behöver

nödvändigtvis inte heller vara medvetna om att datan analyseras, vilket minskar problematiken med intern validitet inom innehållsanalysen. Då skaparen troligen inte har skapat materialet för en okänd publik (Drisko och Maschi 2015: 42).

4.4 Etiska aspekter

Vetenskapsrådet har i dokumentet *God forskningssed* (2011) sammanfattat etiken rörande forskning i generella drag. Vi har grundat vårt arbete på detta dokumentets premisser och till den största möjliga mån jobbat för att upprätthålla dessa. Vidare vill vi specificera hur vi har jobbat med etiken rörande vår studie och tänker därför vända oss till Vetenskapsrådet (2002) fyra huvudkrav för forskning inom fältet humaniora och samhällsvetenskap. Vetenskapsrådets (2002) fyra huvudkrav finns för att säkerställa en förtroendefull relation mellan forskaren och deltagaren samt för hur god forskningspraktik skall genomföras.

När vi kontaktade potentiella informanter skickade vi alltid vårt missivbrev (se bilaga 2), i detta dokument finns all väsentlig information rörande deltagandet i studien. Innan själva intervjun skulle börja lämnade intervjuaren över en papperskopia av missivbrevet och försäkrade sig om att informanten hade förstått dess innebörd och att de inte fanns några frågetecken om någon av delarna i dokumentet. Det insamlade materialet behandlas med största möjliga konfidentialitet. Vi valde att använda våra mobiltelefoner som inspelningsinstrument, detta för att dessa ses som naturligt hemmahörande i nästintill alla sociala miljöer och snabbt blir en del av den naturliga dekoren. Detta hjälpte informanten att uppleva situationen som mer av ett naturligt samtal istället för en intervju, vilket en diktafon antagligen skulle ha misslyckats med. För att säkerställa materialets säkerhet var all form av dataflöde till och från mobiltelefonen avstängd. Detta för att materialet inte skulle laddas upp till någon server eller liknande. Först efter att intervjumaterialet hade laddats över till en dator fick mobiltelefonen tillgång till internet igen.

Informanterna blev sorterade efter sifferkombinationer, såsom 1.2 eller 2.4 och så vidare, varken namn, ålder eller kön skrevs ut. Detta för att varken vi eller andra med rätt till transkriberingarna ska kunna identifiera informanterna. Vidare försäkrade vi informanterna om att materialet och resultatet enbart kommer användas för forskningsändamål. Vilket i detta fall innebär att vi endast har använt materialet till denna uppsats samt att vi har presenterat redovisat resultatet på seminarier samt vid publikation på Uppsala universitets databas DIVA.

4.5 Analysmetod

För vår studie har vi använt oss av en abduktiv analysmetod (Timmermans & Tavory, 2012). Val av analysform är grundad i att vi ville inleda arbetet med att tolka våra data utan någon extern inverkan av teoretiska modeller. Den abduktiv analysmetoden tillåter oss att transkribera och koda all vårt data utan att vara bundna till någon teori. Timmermans & Tavory (2012: 180) menar dock att den abduktiv analysmetoden inte är helt fri från några "teoretiska glasögon" utan att den bättre uttryckt har alla teoretiska utgångspunkter tänkbara för forskaren. Här anser vi dock att innebörden blir av liknande natur och därför kommer den inte styra vår tolkning av materialet.

Timmermans & Tavory (2012: 177) menar att den abduktiv analysmetoden bygger till hög grad på att forskaren återbesöker och distanserar sig till materialet för att öppna upp för nya tolkningar och/eller synvinklar. Då vår studie är en kvalitativ undersökning som bygger på ljudinspelade semistrukturerade intervjuer så tillåter detta oss att återbesöka materialet, genom att lyssna på det igen när helst vi önskar för att se om det kan ge oss en annan synvinkel eller om vi har missat något. Genom att vi gör oss obekanta med materialet hjälper detta oss att identifiera och undvika gamla tolkningar av materialet alternativt att gå in med förutfattade meningar. Timmermans & Tavory (2012: 177) refererar till processen som

pusslande av data, här menar författarna att processen inte bara kan skapa nya pussel utan att den kan skriva om spelreglerna för studien, med andra ord kan abduktiv analysmetod erbjuda forskarna att belysa sina data med alla tänkbara och passande teorier för att genom detta kunna omvandla den till en generaliserbar kunskap som kan appliceras inom andra fält och teorier.

Resultaten av intervjuerna tyder på att det finns flertalet sätt individer använder och ser på Instagram. Även då resultaten av intervjuerna varierade har vi identifierat vissa aspekter som informanterna hade gemensamt. Dessa berör (1) deras vilja att vara autentiska som individer, (2) deras önskan att få presentera sin identitet, (3) åsikten att man postar på Instagram för sin egen skull och (4) att det var viktigt att inte vara en i mängden. I resultatdelen kommer analysen att presenteras efter dessa fyra gemensamma aspekter.

Intervjuerna lagrades via ljudinspelning vilket ger en ökad rättvisa mot informanternas uttalanden och underlättar för intervjuaren då denne inte behöver hålla allt i minnet (Brinkmann och Kvale 2009: 195). Under transkriberingsprocessen fick materialet en mindre renskrivning, då vi valde att utelämna informanternas användning av stödord om de inte var av specifik betydelse, såsom överanvändning av ”typ” och ”Ööö” samt liknande stödord. För att minimera en felaktig tolkning lästes transkriberingen igenom igen samt att vi gick igenom ljudinspelningen igen.

Genom att strukturera materialet med koder underlättar detta för analysen (Brinkmann och Kvale 2009: 217). Vidare menar författarna att genom relaterandet av nyckelord till specifika delar av texten kan denna komprimeras till relevanta uttalanden och i ett senare skede utvecklas till övergripande kategorier (Brinkmann och Kvale 2009: 218, 221).

Även då kategorierna utvecklades under själva analysen skall de ses som sprungna ur empirin samt informanternas uttalanden.

Samtliga intervjuer analyserades genom de utarbetade koderna och väsentliga stycken har lyfts fram som kunde belysa det aktuella fenomenet genom empirin. Genom att jämföra samtliga transkriberingar kunde vi fastställa en röd tråd i form av gemensamma nämnare. Dessa strukturerade vi om till tre övergripande kategorier som kom att fungera som underlag för analysen;

- Självidentifiering och Normer
- Beroendebeteenden och negativ påverkan
- Kommunikation och Konsumtion av sociala-medier

Ett förtydligande exempel på hur detta fungerar kan ses i följande förklaring. Informant 1.3 besvarade frågan, ”Vad handlar sociala media om för dig?”.

Jag tycker ändå att det är ett sätt att uttrycka hur jag känner...vad jag gör hur jag mår ett sätt att kommunicera helt enkelt med mina kompisar utan att man behöva prata med någon (skrattar)...man kan typ dela vad man är intresserad av och gillar vad man tycker är kul, hur man känner typ ... det är ju en så stor del av mig själv liksom. För det är ändå så här... man är den man vill vara... på sociala media typ. (Informant 1.3)

Här satte vi kod 1.1.1 *Instagram som en identitetsreflektor*, under kategorin, Självidentifiering och Normer.

Vidare valde vi att använda oss av en innehållsanalys på informanternas Instagram profiler, då detta metodval på ett fruktbart sätt skulle kunna bidra med att besvara studiens syfte.

Innehållsanalysen som metod används främst för att upptäcka, undersöka och beskriva beteenden, inkluderat, känslor, trosuppfattningar och handlingar hos de individer vars artefakter undersöks (Drisko och Maschi 2015: 32). I denna studie representerar

informanternas Instagram profiler dessa artefakter. Vidare beskrivs innehållsanalysen som en empirisk metod för att undersöka och beskriva teman eller andra aspekter av de kommunicerade innehållet, likväl de instrument som används för att förmedla informationen. Samt om förväntad information inte återfinns i materialet (Drisko och Maschi 2015: 26). Då innehållsanalys undersökningar använder tvärsnittsforskningsdesign, i den meningen att de undersöker och/eller beskriver egenskaperna hos ett specifikt urval under en bestämd samt kortare tidsperiod (Drisko och Maschi 2015: 32-33). Gör det den till en gynnsam undersökningsmetod för studien, då vi undersöker ett begränsat urval av Instagram användare under en specifik tidsperiod. Fortsättningsvis jobbar innehållsanalysen som oftast med redan existerande material, till exempel intervjuer, ljudupptagningar eller texter. I studiens fall används redan existerande och publicerade bilder. Detta kan ses som fördelaktigt då informantens material inte har skapats för att passa en frågeställning och/eller blivit påverkad av intervjuaren/forskaren (Drisko och Maschi 2015: 32).

Resultatet från de analyserade intervjuerna samt innehållsanalysen presenteras i kronologisk ordning då detta enligt vår åsikt kommer bidra med en tydlig struktur samt kommer underlätta för läsarens förståelse. Vidare sattes jämförelserna i ljuset av teorierna och den förståelse som dessa skapade rörande fenomenet. Innehållsanalysen görs på grund av Goffmans teori om att individer utövar identitet hela tiden och att det kan finnas en stor skillnad mellan det som sägs och det som faktiskt görs.

5 Resultat och Analys

I detta avsnitt presenteras utvalda citat från de transkriberade kvalitativa intervjuerna samt innehållsanalysen av Instagram profilerna. Dessa har analyserats i sitt sammanhang relaterat till syftet, frågeställningen och teorierna. Dessutom förklaras vårt resultat av analysen, där vi enbart tolkat det som har sagt av informanterna och vad som har postats på deras online-profil på Instagram.

5.1. Självidentifiering och Normer

Individerna berättade att de har utvecklat en känsla för personer som är "fejk", med detta menas en person som presenterar sig som alldeles för perfekt. Dessutom ogillas personer på Instagram som utnyttjar sina följare genom att göra reklam för produkter och få betalt från företagen. Flertalet av informanterna ogillar också sexuellt laddade selfies och för många posts som liknar varandra. Nästan alla informanter var överens om att de som stör dem mest är personer som postar hela tiden och alldeles för många inlägg. Dessa upplevelser stöds av Giddens (1991, 2006) teorier då individen reflekterar kring sig själv och sina medmänniskor genom sociala-medier och även uppvisar narcissistiska beteendemönster. Detta tydliggörs genom negativa känslor kring individerna som postar alldeles för många liknande posts om sig själva. Giddens (1991) menar att individualisering och självreflektion är ett huvudtema inom globalisering som till och med kan leda till narcissistiskt beteenden. Allmänt tyckte informanterna att det var kul att följa kändisar på Instagram för att de upplevde att de fick uppleva en del av deras "privatliv". Instagram blev plattformen där man fick ta del av sådant som var ogripbart för allmänheten.

För om man bara postar...ja alltså det finns ju många som tänker som jag alltså...om man lägga ut hela tiden ah men allt är så himla bra allt är så kul, jag älskar mitt jobb...då känns det ju fejk och oäkta på något sätt... och då får man inte så mycket likes för det känns inte så ärligt liksom...det kan ju vara så att det är verkligen som de skriver men jag tror att folk har lärt sig lite att sortera bort såna posts om någon postar bara de hela tiden. De tröttnar på det liksom.
Informant 2.5

Dessutom upptäcktes en utveckling mot en lavinartad ökning av näthat på Facebook. ”Men där (på Facebook) är ju folk galna! Alla blir ju kränkta av allt! I grupper, där finns det många kränkta människor” Informant 2.4. Den förflyttade aktiviteten skulle kunna förstås som informanternas passiva protest mot näthat och deras motvilja att delta i sådant som inte anses vara fint. Detta skulle även kunna förstås som att informanterna upplever att personer på Facebook bryter ramen för korrekt uppförande på sociala-medier, i alla fall informanternas uppfattning av förväntat beteende. Informanterna upplever det som lättare att inte följa någon tillbaka på Instagram än på Facebook. På Instagram känner de att det är lättare att neka förfrågningar. Informanterna säger dock att Facebook fortfarande är den sociala media som den huvudsakliga kommunikationen sker genom: “Facebook är mer... alltså [...] Det är väl mer om man ska kommunicera något” Informant 2.3

Vidare uppvisade informanterna en stark olust rörande uppladdning av bilder på Facebook, beroende av den totala äganderätten som Facebook har på allt uppladdat material. Detta resulterar i att informanterna upplever en känsla av övervakning. Här visar sig Giddens (2006) idé om upprätthållning av ordning och kontroll bekräftad. Då individerna upplever övervakning som ett negativt och näst intill hotande fenomen inom plattformen Facebook, som gör att dem inte vill posta allt för privat innehåll. Individerna upplevde även att det blev allt svårare att kontrollera flödet på Facebook, medan på Instagram har man mycket större möjlighet att välja vad man ska se i sitt flöde.

Instagram upplevs av informanterna som en social-media där huvudfokus ligger på att spara och dela roliga minnen och hobbies med vännerna och andra intresserade, samt presentera sig själv från sin bästa sida. Det leder till att flera gick från en stängd Instagramprofil till en öppen, på grund av positiva erfarenheter med andra personer som delar samma intressen på Instagram. För en del representerar Instagram bara en plattform för interagerande mellan nära vänner, medan för andra upplevs Instagram som en plattform där fokus ligger på en kreativ och förfinad presentation av sig själv. Ibland även den man önskar sig kunna vara för att helt enkelt må bättre med sig själv. ”[...]så oftast följer man personer som man vill vara typ eller delar något som man ville vara.” Informant 1.3.

Informanterna vittnar om hur Instagram är en plattform skapad ur samma mall som Facebook, en utveckling av samma fenomen, dock med enklare och precisa användningsområden. Instagram används som en plattform där man kan hålla sig uppdaterad inom sitt sociala umgänge utan att behöva kommunicera med dem aktivt. ”Alltså det känns som att det är de nya Facebook fast mer koncentrerad alltså sammanfattat... med bara bilder för de är det man dras till[...]” (Informant 1.1). Informantens uttalande rörande dragningen till bilder, då detta är det som uppskattas, delas av samtliga informanter.

Vidare påpekar några av informanterna att Instagram å ena sidan inte är en plats för negativa nyheter eller allt för sorgsamma meddelanden. Denna typ av information skall tas med nära vänner utanför den sociala medieplattformen. Å andra sidan verkar det finnas en klausul som tillåter användare att berätta om enstaka negativa händelser. Trots detta upplever individerna att Instagram inte står för äkthet eftersom de känner att de endast får vara sig själva till en viss gräns, en gräns som inte belastar andra användares känsla av nöje och scrollvänliga beteende.

Detta är en aspekt som står mot Baudrillard's teori om Simulacra och Simulering, eftersom individerna verka vara medvetna om falskheten rörande portalen och skillnaden mellan online och offline. Dock skulle man kunna diskutera graden av medvetande om falskheten då de inte tvivlar på den och realiteten sociala medier, utan hellre på autenticiteten av användarnas Instagram profiler. Alltså att vissa individer presenterar sin identitet på ett bättre och mer positivt sätt än vad den kanske är. Dessutom berättade många av informanterna att även om de var medvetna på något sätt om att inte allt på sociala media är hela sanningen, så känner de sig ändå starkt påverkad att vara på ett visst sätt för att få positiv respons. På det

sätt skulle Baudrillard's teori ändå fungera, då individerna verkar acceptera de som läggs upp som sanningen även om de är medvetna om att de kanske inte är det. Dem kanske gör det på grund av att de vill vara med, men framförallt för att motta självbekräftelse. Detta kan ses som dragning till en plattform som fokuserar på bilder, och begränsar de som inte är vackert i samhället.

5.2 Beroendebeteenden och negativ påverkan

Informanterna berättar att sociala-medier har förändrats, alternativt utvecklats från en plattform som enbart accepterade bilder som presenterade det perfekta livet, till en plattform som till någon grad uppmuntrar individerna att lyfta jobbiga ämnen. Informanterna menar att samhället har blivit mer medvetet om den sociala och psykiska press som många unga utsätts för, hur de jämför sitt liv med en nästan fiktiv och för tillfället skapad verklighet som presenteras på Instagram. Informanterna upplever själva att de har svårt att ibland skilja mellan online- och offline-presentation av identitet. Flera informanter beskrev hur detta problem har blivit en del av den allmänna diskussionen och en accepterad del av sig själv att presentera.

Ja men det är klart att det är också viktigt. Om jag till exempel ha klippt håret och lägga ut en bild av det och den får bara 3 likes då tycker jag också okej fy... känns inte så bra typ! och då ta man ut det [...] (Informant 1.4).

Denna trend av att enbart presentera positiva bilder har visat sig ha negativa konsekvenser hos användare. Informant 1.4 berättar om hur många av hans vänner har påverkats negativt av den konstanta strömmen av andra individers positiva bilder. Hans vänner har lagt stor betydelse vid dessa bilder och hamnat i en nedåtgående spiral då deras livssituation inte kan mäta sig med de som presenteras på Instagram. Informant 1.4 fortsätter att förklara hur hans vän blev så pass ledsen över att hennes liv inte stämde överens med dem på Instagram att hennes förhållande, relationer till vänner och självförtroende blev förstört. Hon blev tvungen att ta bort Instagram för att kunna distansera sig.

Hon blev så sjuk deprimerad alltså det var olika personer men hon tog allting så himla hårt hur andra levde hon trodde ju helt på riktigt att det var så att alla hade det så himla bra... så hon blev ju helt knäckt till slut och mådde så dålig [...] (Informant 1.4)

Problemet hos informanterna att ibland skilja mellan online- och offline-presentation av identitet samt omvärldens skeva uppfattning om deras mående tack vare missvisande presentation skulle kunna förstås som informanternas försök att inte bryta ramen gällande postandet av vackra och positiva bilder.

[...] för jag har fått mycket kommentarer hemifrån, folk som jag känner eller vänner som inte ser mig varje dag utan ser bara min Instagram som skrev att jag verkade ha det så himla bra hela tiden och att mitt liv är ju så perfekt... och då satt jag hemma och hade värsta depressioner i mitt liv... och då kände jag att jag ville ju lägga ut någonting som visa hur det verkligen är... så började jag tänka på vad gör att alla tänker att jag hade det så himla bra och sen så började jag kolla på min Instagram flöde och då ser man ju att det inte är så konstig att de trodde det. (Informant 2.4)

Förändringen av sociala-medier upptäcktes på både Facebook och Instagram på olika sätt. Några av informanterna som har varit med på Instagram från tidig start, uppger att då handlade det om att presentera det perfekta livet, utan att de fanns någon reflektion över detta. Det berättades även att de försökte övertyga sig själva att de mådde bra genom att posta

vackra bilder på Instagram, dock fick detta motsatt effekt då dem mådde ännu sämre över att ingen visste om verkligheten. Detta gjorde att dem kände sig isolerade. Nu upplever många Instagram som en plattform med större fokus på autenciteten och egocentrerade.

Ja alltså jag tror i början [...] alltså då pratade man inte så mycket om det utan att då var det ju så här, allt var så himla bra för man levde ju perfekta livet liksom [...] nu ha det kommit mer att man pratar om hur man mår dålig genom sociala media och det har ju blivit en grej att man pratar om ungdomar som mår skit dålig för att de jämföra sig med andra på sociala-medier, man har ju fått en bättre förståelse. (Informant 1.4)

Tidigare påpekade informanterna att denna samhällseliga acceptans enbart sträcker sig till en mindre del av de stora hela, det får inte förekomma ett överflöd av tyngre budskap eller negativa meddelanden. Det upplevs alltså som att de fortfarande gäller att agera inom allmänna sociala normer fast på ett ännu mer kontrollerat sätt. Informanterna menar att detta endast bidrar till att beteendet blir mer mångfacetterat, men däremot inte helt fritt. Dock är dem flesta överens om att ingen försöker vara en helt annan person online än den de är offline. Rädslan att utsätta sig själv för eventuell mobbning genom att posta normbrytande bilder är stor bland intervjupersonerna.

Jaa (skrattar nervös)... det tycker jag! Jag tror faktiskt inte att det går att hålla på att ljuga för mycket när man ändå håller på med att dela och postar så mycket så det är svårt att säga saker som man faktiskt inte tycker... Nu har det ju växt liksom. Man har ju en större scen för att uttrycker sig och att man kan skriva om det man tycker... (Informant 1.5)

Informanterna berättar om att självbekräftelse genom likes och positiva kommentarer är en stor del av anledningen till att de har profiler på Instagram. “[...] man önskar att man kunde säga nej men de är ju ändå viktigt att bli bekräftad” (Informant 2.2). Informant 2.2 menar vidare att detta är så pass viktigt att denne tar bort bilder som inte får tillräckligt många likes eller rätt kommentarer. Dem kan till och med upplever osäkerhet angående deras utseende om bilden har låg popularitet.

Informanterna känner fortfarande behovet att hålla sig uppdaterade, de flesta är på Facebook och Instagram varje dag. På Instagram är de inne flera gånger per dag, medan på Facebook är dem inne en gång på morgonen och en gång på kvällen. Intervjupersonerna berättar att dem håller sin Instagram profil uppdaterad regelbundet. En av anledningarna är att inte tappa följare. [...] de är väl något sorts flockbeteende, man har väl en känsla av vem man borde vara snarare än vem man är ibland” (Informant 2.2). En intervjuperson pratade om vikten av antalet följare och hur hen inte värderade antalet, dock visade det sig att det var av relativt stor betydelse för informanten eftersom hen upprepade sig flera gånger under intervjun angående antalet följare. Detta kan förstås som att antalet följare har en stor betydelse inom sociala-medier, som visar ens popularitet och är därför värderas högt bland användarna.

5.3 Kommunikation och Konsumtion av sociala-medier

Instagram jämförs av våra informanter med Facebook. Informanterna menar att Instagram har fått rollen som en plattform där en kan samla sina bilder, minnen och andra önskvärda anekdoter som påminner om stunder som individen värdesätter. ”Instagram är lite mer inspiration och livskvalitet och såna grejer. Medan Facebook är mer vad händer egentligen här [...] och sånt.” Informant 2.5. Facebook anses enligt våra informanter vara en social media sida som numera kan likställas med en renodlad nyhets sida där allmän samhällsinformation sprids och blandas med en mindre mängd personlig information rörande ens vänner.

Den huvudsakliga anledningen till att flertalet av våra informanter väljer att spendera mer tid på Instagram istället för Facebook grundar sig i att Facebook anses ha blivit allt för opersonligt, detta på grund av mängden reklam och post som enbart innehåller vines och gifs. Informanterna anser att mängden vines och gifs har påverkat innehållet till den grad att deras vänners personliga meddelanden och allt vad det innebär försvinner. Sociala event blir utbytta mot hav av reklamartiklar och flödet blir helt avhumaniserat. “[...] jag använder Facebook men det har blivit så annorlunda nu senast... det har blivit mycket mer reklam och sånt” (Informant 1.1).

Ett generationsskifte har skett på Facebook. Huvuddelen av informanterna vittnar om att deras föräldrar samt mor- och farföräldrar börjar bli aktiva, detta gör att flertalet av informanterna känner sig inskränkta rörande valet av vad de kan posta och dela. Detta skulle kunna förstås genom att informanterna och deras föräldrar och/eller mor- och farföräldrar tolkar ramen av aktiviteter inom Facebook på olika sätt. Informanterna kan använda plattformen för självpresentation medan den äldre generationen möjligen använder den i mer kommunikativa sammanhang. Det skulle alltså kunna finnas en *Keying* mellan informanterna och deras anhöriga, två olika tolkningar av samma situation.

Ytterligare en källa till denna känsla av inskränkthet är arbetsgivarens eventuella aktivitet inom sociala-medier. Informant 1.3 berättar om oron rörande vad hen laddar upp eller delar, att detta skulle kunna påverka hens anställning negativt nu när arbetsgivaren kan följa vad hen gör på sin fritid. Generationsskiftet har också inneburit att informanternas posts har spridits mellan föräldrars vänner och bekanta, detta har ogillats av samtliga individer och är en avgörande faktor till att dem inte postar så mycket bilder på Facebook längre. Speciellt inga vågade bilder eller post. Dock postar informanterna fortfarande stora händelser, så som resor eller familjära fester på Facebook, för att hålla de släktingar som inte har Instagram uppdaterade ”man vill ju inte ha för mycket bilder på Facebook längre eftersom det är ju så lätt att kommer åt, alltså arbetsgivare typ de kan kolla allt... man vet ju inte vem som ser det känns det som!” (Informant 1.3).

Samtliga intervjupersoner säger att de har högre tolerans för sina vänner på sociala-medier. Detta menas att dem har lättare för att gilla deras inlägg även om bilden har sämre kvalitet än andra personer som inte är deras vänner, men som de följer.

Alltså om de är en nära kompis så kommer jag tycka om bilden även om de är en skitbild, om de är en foto kollega som jag bara är lite bekant med så kommer jag döma den om den lägger upp en skit bild. (Informant 2.2.)

Det går så pass långt att informanterna känner sig tvungna att lika sina vänners bilder, på grund av sociala normer inom umgängeskretsen.

Det är lättare med folk som man inte känner... de kan man ju bara sluta följa men ens egna kompisar vill man ju ha kvar (skratt)... så man är lite tvungen att gillar posts. Så lägger någon ut bilder på sina barn då måste jag ju gilla det känner jag... det funkar ju typ så. (Informant 2.3)

5.4 Innehållsanalys av online-profiler på Instagram

Samtliga informanter berättade om att de postade framför allt bilder och inlägg på Instagram, och ibland delade samma inlägg på Facebook samtidigt. Instagram är även den huvudsakliga plattformen gällande post av personliga händelser i informanternas liv, medans Facebook har blivit en plats som informanterna håller koll på slakten eller kolla upp gamla händelser som sparats där tidigare. Instagrams popularitet visade sig grundad i informanternas möjlighet att posta privata bilder och händelser, denna brist hos Facebook var bland annat de som drev dem till Instagram. Detta är anledningen till att innehållsanalysen enbart kommer utföras på informanternas Instagram profiler.

För att få en helhetsbild efter de kvalitativa intervjuerna analyserades individernas online-profiler på Instagram. Dessutom genomfördes en innehållsanalys av de

bilderna som nämns i intervjuerna. innehållsanalysen av individernas Instagram profiler genomfördes efteråt, för att jämföra individens berättelse och vår uppfattning av vad de faktiskt har postat för bilder på deras Instagram profil och vad de sa att de hade postat.

Det visa sig att de flesta Instagram profiler stämmer överens med intervjupersonernas berättelse av vad de brukar lägga ut och hur. Däremot när det handlar om bild typer som de inte tycker om eller känner är fejk, som till exempel selfies utan mening, så visade de sig att det var många som lagg upp selfies. I intervjuerna kommer det fram att selfies upplevdes som något negativt och beskrevs som egocentriskt och fåfängt. Men många Instagram profiler visar att de postas just selfies som saknar annan mening än att presentera en attraktiv bild av sig själv. Individerna berättade om hur bilder av mat uppfattas som något konstigt och meningslöst. Däremot visade hälften av Instagram profilerna bilder på mat. En annan intervjuperson menade att hen tyckte att postandet av ordspråk var meningslöst och störande, trots detta fanns flertalet sådana posts på hens Instagram profil. Det här kan man förstå som att individen vill sätta sig själv i bättre dager hos intervjuaren, då informanten tror att detta är vad intervjuaren vill höra. Samhällets normer rörande presentation på sociala-medier sätter press på individen. Under innehållsanalysen visade det sig att selfies är de mest omtyckta och mest likade bild typen hos våra informanter. Detta skulle kunna vara en motivering till varför personer postar många selfies, även då de nekar till detta. Beroende beteendet runt att bli omtyckt och vara en aktiv individ inom den populära sfären inom sociala-medier skulle kunna vara en aspekt bakom beteendet. "Ja jo men de är det ju ändå, man önskar att man kunde säga nej men de är ju ändå viktigt att bli bekräftad" (Informant 2.2). Samtliga informanter var tydliga med hur länge de hade varit medlemmar på Instagram, och flertalet av dem använde detta som en förklaring till mängden posts. En intervjuperson har varit medlem på Instagram lite mindre än två år, och har strax över ett tusen posts. Detta skulle kunna ses som ett resultat av personen bekräftelsebehov.

Vidare hade vi en informant som pratade om hur hen berättade om sin depression på grund av Instagram, på Instagram och fick positiv respons. Det visade sig att det inte fanns någon post som direkt handlar om depressionen utan att den personen postade en selfies med underskrift "Min modigaste vecka någonsin. Älskar att stå upp för mig själv. Var inte speciellt bra på det förut-men det börja ta sig." (Informant 2.1). Det här beteendet kan förstås som ångest inför att göra sig angripbar på sociala-medier och genom detta för offentligheten. Intervjupersonen sa dessutom att hen gärna hade postat mer utförligt om sin negativa situation, men vågade inte göra detta på grund av att släktingar och/eller arbetsgivare skulle få reda på hens situation. Det visade sig att på Instagram postas främst positiva bilder av trevliga och intressanta upplevelser, det kan vara bilder på vänner, resor, fin mat och ekonomiskt kapital. Konsumtion visade sig spela en stor roll i de flesta informanternas Instagramflöde.

6 Diskussion

6.1 Summering av resultatet i relation till uppsatsens syften och frågeställningar

Resultatet av de kvalitativa intervjuerna samt innehållsanalysen visa en tydlig bild av hur förändringen av sociala medier upplevs och påverka individernas presentation av identitet. Där förändringen har lett till en ytlig och mindre givande presentation av sig själv. Värderingarna har skiftat till att enbart uppskatta de vackra i samhället och genom då också visa illvilja till motsatsen.

Det har kommit fram att individerna upplever att det finns en ständigt pågående förändring på sociala-medier. Alla informanter är med på både Facebook och Instagram och gick genom samma utveckling, från att använda bara Facebook till att framför allt använda Instagram. Denna del av utvecklingen menar informanterna uppstod då Facebook upplevdes som omodern och allt för offentlig, på grund av bland annat att föräldrar och arbetsgivare

numera är medlemmar. Facebook används fortfarande av samtliga informanter, dock mest för att kommunicera med vänner, hålla koll på uppkommande events och nyheter. Facebook anses fortfarande vara plattformen där man diskuterar, kritiserar men också hotar och bråkar.

För att dela privata händelser och upplevelser föredra informanterna Instagram som upplevs lätthanterlig, användbar, okomplicerad och personlig. Individerna berättar att det handlar mer om att dela hobbys och allt man tycker om med andra individer som har samma intresse. Instagram beskrivs vara utåtriktad för att ge en trevlig, okomplicerad och positiv upplevelse där glädje står i fokus. Då kravet på och från Instagram användare också är att få en fin upplevelse med snygga bilder som speglar verkligheten fast lite bättre än vad den är, tas negativa posts och tråkiga bilder kritiskt. Alltså Individerna upplever att det finns en press att vara positiv och glad och att det är svårt att posta för mycket som är negativt då det oftast har som resultat att man förlora följare och likes. Detta upplevs som ett stort hot då alla intervjupersoner till slut känner att det är viktigt med likes och att folk tycker om dem.

Uppsatsen relation till syftet visade sig vara tydligt då vi genom de kvalitativa intervjuer fick en bättre förståelse av hur utvecklingen inom sociala-medier upplevs av individerna. Det fanns en tydlig koppling mellan en ökad digital interaktion och känslan av isolering av individen inom samhället. Dessutom kunde de fastställas en inverkan av sociala-medier på individens presentation av sin identitet online. Skillnaden mellan Facebook och Instagram upplevdes av alla intervjupersoner på ett liknande sätt, då tendensen går från text till bild. Detta innebär att individen förstår att texter kan väcka diskussioner medan bilder resulterar i bekräftelse. Texten lämnar ett större tolkningsutrymme medan budskapet i en bild kan kontrolleras till en annan gräns. Individerna känner sig tryggare med att uttrycka sig genom bilder, då rädslan för att bli utsatt för kritik och/eller negativa kommentarer är stor på sociala-medier. Detta på grund av att alla har tillgång och att alla kan kommentera vad som helst utan större konsekvenser, därför föredrar individerna ett mindre personligt och passiva interaktionssätt. Som fokuserar hobbys och de man tycker om, hellre än tyngre samhällsfrågor. Det visar sig speciellt genom innehållsanalysen av online-profilerna på Instagram där det upptäcktes att de fanns väldigt få kontroversiella posts, utan de flesta var homogena till massan.

Frågeställningarna kunde besvaras genom de kvalitativa intervjuerna samt innehållsanalysen av online-profilerna på Instagram. Individerna upplever förändringen inom sociala-medier från Facebook till Instagram som något positivt där dem känner sig tryggare att presentera sin identitet. Så omfattande som de är möjligt inom ramen för sociala-media plattformen. Inverkan av förändringen från text till bild gör presentationen av identitet upplevs mer extrem. Interaktionen upplevs ha blivit mer passiv genom att individerna inte uppehåller direkt interaktion utan att de istället lämnar en kommentar eller like på en post som inte enbart är menad till mottagaren, utan lika mycket till den stora massan. Detta gör att individerna upplever posterna mer allmänna och anpassade till en större publik. Vilket skapar distansering till en personlig relation. Dock håller de flesta informanterna kontakt med sin närmaste umgängeskrets via Facebooks applikation Messenger. Här visar det sig tydligt att individerna inte har lämnat Facebook för Instagram, utan att Instagram ersätter den personliga och privata delen av Facebook.

6.2 Övergripande diskussion av resultatet i förhållande till teori och tidigare forskning

Undersökningen i relation till den tidigare forskningen har visat sig till största del vara oupptäckt då presentation av identitet diskuteras i samband med sociala-medier dock inte förändringen av sociala-medier. Det diskuteras beroende beteende men inte i relation i förändringen till ett ökat flöde av interaktion, som de tydligt visar sig vara på Instagram.

De utvalda teorierna som används i undersökning av utvecklingen - från text till bild - inom sociala-medier och inverkar på individers presentation av sin identitet visade sig applicerbara på olika sätt. Däremot uppstod också några oenigheter. Teorin om Simulacra och Simulation visade sig som en kompatibel förklaring till den allmänna populariteten och den snabba ökningen inom sociala-medier. Det är svårt att förklara hur online-realiteten kan få en så betydande roll i offline-realiteten då den inte följer reglerna för offline-realiteten som bygger på handfast kapital. Simulacrans idé att online och offline smälter in i varandra, så att individerna inte skiljer mellan dessa längre. Visade sig hållbart genom individernas upplevelse att andra individer hade det bättre ställt på sociala-medier, även om det inte måste vara fallet. Oberoende av om man har stort ekonomiskt kapital eller inte spelar ingen roll för en stor del av individerna, speciellt den yngre delen av individerna, då dem anser att online så som offline som samma realitet. För att förstå vad aktiviteten på sociala-medier leder till, alltså vilket syfte individerna har för att vara med på sociala-medier är en väldigt komplex fråga. Simulationen bjuder en ansats till att förstå att sociala-medier ger en illusion av att individen kan skapa en offentlig identitet, som kändisar. Vilket har uppstått med Instagram, där kändisar postar direkt till sina följare utan barriären av massmedia. Detta ger ett intryck av att en ”vanlig” människa är vän med dessa människor och dessutom kan uppnå samma grad av popularitet genom att vara aktiv på samma plattform. Simulationen kan dessutom appliceras på de sätten att sociala-medier inte leder till något specifikt mål, utan mer till ett ständigt resonemang kring sig själv, en egocentrisk fokusering på den egna identiteten. Men individen är dock inte medveten om att det inte sker någon utveckling alls, utan de sker enbart en förändring av olika sätt att presentera sig. Konsumtion av sociala-medier har inget annat mål utom lätt underhållning, som gör att så länge en vis social ställning av en specifik livsstil presenteras på sociala-medier är de inte viktigt vad som faktiskt händer i offline-realiteten. Individerna upplever att dem producerar och konsumerar något vettigt, som resulterar i personlig utveckling, men egentligen händer ingenting och därmed kan man se det som en hypersimulation. Angående beroende beteende som provoceras av sociala-medier kan man bara jobba begränsat med dessa teorier då användarna skiljer mellan offline och online-realitet genom att dem flyr till sociala-medier för att känna sig glada och tillfredsställda. Att fly offline-realiteten genom att uppehålla sig på sociala-medier tyder på att individerna skiljer till en viss grad mellan båda realiteterna. Detta är ett aktivt val av intervjupersonerna för att inte behöva hantera sin offline-realitet. Här ser vi tydligt en problematik med Baudrillards påstående att individen är omedveten om existensen av olika realiteter. Man skulle hellre se det som ett aktivt val som individen gör, att se båda realiteterna som en, för att känna högre tillfredsställelse med sin identitet. Även möjligheten till att nå popularitet och kändisskap, som dock visar sig vara en illusion för de flesta individer.

Goffmans teori om Framework fungerade väl som en förklaringskälla till flertalet av informanternas utsagor rörande varierande tolkning och omtolkning av situationer. Goffmans primära ram spelar en stor roll i individernas beteendemönster på sociala-medier, där vi såg tydliga korrelationer mellan den naturliga och sociala ramen. Alltså hur kunskapen om applikationens funktioner var tvungen att kombineras med individens fysiska kunskaper rörande användandet. Den naturliga ramen berör i samspel med den sociala ramen, i detta fall, även den textuella kunskapen rörande utformningen av korrekta hashtags och liknande benämningar som ansågs avgörande för våra informanternas framgång i interaktionen på sociala-medier. Att bryta ramen, eller att misslyckats med appliceringen av sin tolkning av situationen, sitt perspektiv, på en händelse var något som framkom tydligt som ångestframkallande. Informanterna värdesatte att lyckas med denna process till den grad att de valde att anpassa sig för att minimera misslyckande. Detta kunde ses genom att informanterna anpassade posts och hashtags till att passa den stora massan på Instagram, vilket resulterade i

en homogen profil som inte stack ut i mängden och visade tydligt att individen var integrerad i situationen.

Keying visade sig användbart på materialet för att förstå individers acceptans av online-realiteten, som offline-realitet till en viss nivå. Online-realiteten i vårt fall, Instagram, är en avbild av offline-realiteten, online. Som gör att informanterna upplever att bilderna och posten som har tagits i offline-realiteten smälter ihop med online-realiteten. Sociala-medieplattformar är därmed en förändrad ram av offline händelser och interaktion.

Goffmans teori fokuserar på interaktionen mellan individer som i studien är relativt passivt, men visar desto tydligare i innehållsanalysen. Dessutom visade det sig att individerna är endast delvis medvetna om samhällets inverkan på deras presentation av identitet. Detta visar sig genom att intervjupersonerna upplever pressen av stor konkurrens på grund av sociala-medier. Individerna upplever online-realiteten som sanningen, och omedvetet påverkas de av det.

Giddens (1991) teori fokuserar självidentifiering inom de moderna samhället som i denna studie visar sig relevant inom aspekterna individualisering, självreflektion och narcissism. Dessutom påstår Giddens (2006) att övervakningen sprids till den privata sfären. Detta bekräftas av individerna som upplever rädsla för den osynliga övervakningen på sociala-medieplattformen Facebook, som gör att dem inte postar delar av sitt privatliv. Därmed passar Giddens (1991, 2006) teorier in i undersökningen, som stödjer våra antaganden rörande självidentitet i de moderna samhället.

6.3 Diskussion av använd metod i förhållande till resultatet

Genom att välja öppen och semistrukturerade intervjuer fick vi mycket material om ämnet, som gav en bättre förståelse av vilka teman som finns kring identitet på sociala-medier. Genom att välja en abduktiv analysmetod och undvika att bestämma ett teori område hade vi möjligheten att se ämnet ut ett annat perspektiv som vi möjligen inte hade tänkt på annars. Möjligheten att fortsätta undersöka ämnet ur olika infallsvinklar under arbetets gång ökar markant med denna analysform. Genom att arbeta med en intervjuguide lyckades vi skapa en röd tråd, som styrde intervjuens förlopp mot intressanta aspekter. Dock på ett passivt sätt, för att minimera vår påverkan på informanternas svar.

Arbetet har fortskridit relativt smärtfritt. Vi hade inga svårigheter med att hitta informanter och vår intervjuguide fungerade bra med vissa redigeringar.

Transkriberingen och kodningen gav goda resultat och arbetsmetoden där vi kodade varandras och våra egna intervjuer var väldigt fruktsam då vi fick en större inblick i vår data och kunde genom detta jobba fram tre övergripande kategorier som vi sedan kunde sortera in våra koder under. Även då antalet intervjuer är alldeles för få för att kunna dra några generaliseringar så vågar vi påstå att det finns ett tydligt samband mellan flertalen av informanternas svar och vi tror att om de genomförs flera intervjuer så kommer detta samband ha en stark korrelation till huvuddelen av informanterna.

Ämnet verkar, speciellt efter intervjuerna, relevant och väldigt aktuell. Vi har kommit fram till att sociala-medier och speciellt Instagram verka vara en viktig del av vardagen. Detta kan ses genom att mycket information om andra individer kommer från Instagram, men också på grund av sin lättillgänglighet. Även om ämnet är ganska ungt, så finns det uppenbarligen redan många normer och regler kring användandet av appen. Dessutom visar det sig att intervjupersonerna känner sig påverkad, provocerad och ibland även pressade av applikationen, som enbart erbjuder väldigt specifika valmöjligheter att interagera.

Det har varit svårt att få direkta svar på våra frågor om identitet och intervjufrågorna överhuvudtaget. Informanterna svarade oftast runt frågorna eller pratade om något helt annat. Vid dessa tillfällen var intervjuguiden särskilt hjälpsam, eftersom man kunde välja frågorna

som passade in där vi hade gått från temat. Intervjuguiden hjälpte också när man hade tappat tråden. Dessutom var det svårt att inte ställa för direkta frågor som var ledande eller skulle kunna irritera intervjupersonen till självförsvar.

Att hitta ett ställe där man kunde genomföra intervjun visade sig knepigt, eftersom intervjupersonen skulle känna sig trygg och ostörd. Vi ville inte bjuda individerna hem till oss, eftersom det känns för intimt och kanske hade lett till att någon kände sig illa till mods. På grund av detta lät vi intervjupersonerna välja själva vart de ville genomföra intervjun. En intervju genomfördes på ett café, eftersom vi trodde att det skulle kännas som ett avslappnat område där ingen skulle bryr sig om två personer som "pratar" med varandra. Detta var ett felaktigt antagande, även om intervjun kändes väldigt bra i början, så ändrades stämningen direkt när två individer satte sig mittemot oss och började prata väldigt högt, så att man knappt kunde förstå varandra. Detta gjorde att intervjupersonen pratade mindre och mindre tills intervjuaren inte hade några fler frågor. Utifrån den upplevelsen lärde vi oss att platsen har en stor påverkan på intervjun. Vi lärde oss också att intervju personer kan vara väldigt olika, som kräver att man förbereda sig noggrant. Dessutom lärde vi oss att inte ge upp för fort på en fråga som individen vägra svara på i början, utan att komma tillbaka till frågan senare. Vi kom fram till att även om vi hade funderat kring frågan och möjliga svar, så behöver det inte betyda att individerna förstår den på samma sätt. Man borde också komma ihåg att de kanske aldrig har funderat över den ställda frågan och därför behöver tid. Eller så minns de frågan av något helt annat. Men vi känner att detta var en bra sak, eftersom vi fick en ny syn på undersökningen. I vårt fall var det till exempel aspekten om att ha en privat eller offentlig Instagram profil, som vi inte tänkte på från början, men som är en viktig del av användande av appen.

6.4 Slutsatser och praktiska implikationer för tillämpning eller vidare forskning

Studien har undersökt om individer gör delvis medvetna skillnader, mellan hur de presenterar sin identitet online på sociala media och offline i vardagen. Drivkraften bakom trenden av populations skifte från Facebook till Instagram, beror på rädslan om att bli kritiserad och icke omtyckt. Förändringen består av olika aspekter som rör från samhället och offentligheten av sociala-medier som påverkat individens presentation av identitet. Intervju personerna ser sociala-medier som en chans att presentera sin individualitet och känna sig som något speciellt. Men genom att försöka vara individuella och hittar sig själva, hamnar individerna i en situation som enbart avspeglar alla andra och är därmed inte längre är unika. Insikten av att bara vara en i mängden ignoreras till en stor del, eftersom individer är så pass upptagna av att optimera sin egen presentation av identitet på sociala-medier. Dock när de sker, så sker det att individer blir konfronterade med just detta, vilket då upplevs som en chock och en känsla av maktlöshet och dålig självbild. Detta upplevdes av några intervju personer som inte kunde skilja mellan online och offline-realiteten, och försökte nå dessa ogripbara ideale, som inte är en riktig avspegling.

Det skedde en förändring från Facebook till Instagram, dock för att få en mer omfattande bild skulle en större undersökning krävas då vår studie bara inkluderar individer i åldrarna 18-29, som dessutom kommer från liknande bakgrunder, och därmed inte representerar hela populationen. Dessutom inkluderar studien enbart kvinnor, på grund av studieomfångets begränsning. Detta skulle kunna utvecklas genom att undersöka flertalet personer under en längre tidsperiod. Speciellt upptäckte vi att tonårings ålder (13-20) upplevdes av individerna som speciellt kritisk i samband med sociala-medier då dem till en större grad inte kunde skilja mellan online och offline-realiteten. På grund av detta vore det intressant att göra en studie på individer som befinner sig i tonårsåldern och att studien följer individerna till vuxen ålder.

Referenslista

Abidin, C. (2016) "Aren't These Just Young, Rich Women Doing Vain Things Online?": Influencer Selfies as Subversive Frivolity. *Sage journals, social media + society*, 16(9) 1-17
doi: 10.1177/0091450916637468

Aspers, Patrik. (2004). Modefotografi som reflektionsyta. P, Aspers., P, Fuehrer., Árni, Sverrisson (Red.), *Bild och Samhälle; Visuell analys som vetenskaplig metod* (s. 57-73). Lund: Studentlitteratur.

Baiyun, C. Justin, M. (2012) Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Computers in human behavior*, 28(6) 2091-2099

doi: 10.1016/j.chb.2012.06.013

Baudrillard, J. (1994); *Simulacra and Simulation*. Michigan press, Michigan

Becker, H. S. (2008); *Trick of the trade Yrkesknep för samhällsvetare*. Liber, Malmö

Billings A.C., Qiao F., Conlin L., & Nie T. (2015). Permanently Desiring the Temporary? Snapchat, Social Media, and the Shifting Motivations of Sports Fans. *Sage journals, communication & sport*, 16(9) 200-212. <http://dx.doi.org/10.1177/2167479515588760>

Boyd, D. (2014); *It's Complicated - the social lives of networked teens*. New Haven: Yale university press

Chardon, L. (2014). Reality and Perception in the Digital Age. *COMM-ENTARY*.(s)126-136. <http://cola.unh.edu/sites/cola.unh.edu/files/student-journals/Comm-entary2013-2014.pdf#page=126>

Chen, B., Marcus, J. (2012). Students' self-presentation on Facebook: An examination of personality and self-construal factors. *Elsevier Ltd*, 16(9). 2091–2099.

<http://dx.doi.org.ezproxy.its.uu.se/10.1016/j.chb.2012.06.013>

Chen, G. M., Zainul, A. (2014). Exploring differences in how men and women respond to threats to positive face on social media. *Elsevier Ltd*. 16(9).118–126.

<http://dx.doi.org.ezproxy.its.uu.se/10.1016/j.chb.2014.05.029>

Dijck, J. (2013) "You have one identity": performing the self on Facebook and LinkedIn, *Media, Culture & Society*, 35 (2), 199-221.

<http://dx.doi.org/10.1177/0163443712468605>

Drisko, J., Maschi, T. (2015). *Content Analysis*. Oxford Scholarship Online

Print ISBN-13: 9780190215491

DOI: 10.1093/acprof:oso/9780190215491.001.0001

Duggan, M. (2015). *The Demographics of Social Media Users*. Pew Research Center; Internet, Science & Tech.

<http://www.pewinternet.org/2015/08/19/the-demographics-of-social-media-users/> (Hämtad 2016-11-8)

Dwyer,R., Fraser S.(2016). Addicting via Hashtags. How Is Twitter Making Addiction?, 43(1),79-97.

doi: 10.1177/0091450916637468

Mehdizadeh, S. (2010). Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357-364.

DOI: 10.1089=cyber.2009.0257

Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and society in the late modern age*. Polity Press. Cambridge.

Giddens, Anthony. 2006. *Sociology*. Polity Press. Cambridge.

Goffman, Erving. 1974. *Frame Analysis*. Northwestern University Press. Boston, MA.

Karlsson, Mats/Omni. 2015. Instagram växer snabbast. *Svenska Dagbladet; Näringsliv*.

<http://www.svd.se/instagram-vaxer-snabbast/om/naringsliv:digitalt> (Hämtad 2016-11-01)

Mander, Jason. 2014. Facebook still leads, but other platforms are rising. *Globalwebindex*.

<https://www.globalwebindex.net/blog/facebook-still-leads> (Hämtad 2016-11-01)

Moon, J.H, Lee, E. Lee, J., Choi, T. R., Sung, Y. (2016). The role of narcissism in self-promotion on Instagram. *Personality and Individual Differences*, 101, 22-25.

<http://dx.doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.042>

Nongpong, S. Charoensukmongkol, P. (2016) I Don't Care Much as Long as I Am Also on Facebook, *The Family Journal*, ProQuest Social Sciences Premium Collection, 24 (4), 351-358.

<http://dx.doi.org.ezproxy.its.uu.se/10.1177/1066480716663199>

Sargent, C. Corse S.M. (2013). Picture My Gender(s): Using Interactive Media to Engage Students in Theories of Gender Construction. *American Sociological Association*.16(9).120-129

doi:10.1177/0092055X13480050

Schwartz R., Haleboua G.R. (2014). The spatial self: Location-based identity performance. *On social media* 17(5). 1643-1660

doi: 10.1177/1461444814531364

Timmermans, S. Tavory, I. (2012) *Theory Construction in Qualitative Research: From Grounded Theory to Abductive Analysis*. *Sociological Theory*, American Sociological Association 30(3). 167-186

Trost, J. (1997) *Kvalitativa intervjuer*, 4, [omarb.] uppl. Studentlitteratur: Lund.

Hu, Y., Manikonda, L., & Kambhampati, S. (2014, June). What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. In *ICWSM*.

doi: <http://149.169.27.83/instagram-icwsm.pdf>

Östlund, Madeleine. 2016. Instagram växer globalt. Dagens media.
<http://www.dagensmedia.se/medier/digitalt/instagram-vaxer-globalt-6587566> (Hämtad 2016-11-03)

Bilaga 1

Intervjuguide

Frågor i fet text är våra huvudkategorier och ska fungera som öppna frågor för informanten, frågorna i vanlig text är stödfrågor för oss om intervjun fastnar på samma ställe eller spårar åt ett ointressant håll.

Hur upplever du Instagram?

Hur upplever du Facebook?

- Berätta hur du använder Instagram/Facebook?
- Hur skulle du beskriva skillnaderna mellan Facebook och Instagram?
- Vad gör du mest på de olika applikationerna? (posta bilder, följa andra, skriva texter etc.)
- Använder du andra kommunikations applikationer?
- Har du en öppen eller stängd Instagram profil/privat?
- Hur många gånger per dag/vecka använder du applikationen Instagram/Facebook?

Kan du berätta om dina erfarenheter av bilder på Instagram?

Kan du berätta om dina erfarenheter av bilder på Facebook?

- Hur skulle du beskriva en bra bild på Instagram/Facebook? (kan du visa en bra bild)
- Vilken sorts bild skulle du ladda upp? (hur skulle du kategorisera de bilder du laddar upp)

Vart skulle du ladda upp bilden, Instagram/Facebook?

- Hur mycket tid lägger du på varje uppladdad bild?
- Vilka sorts bilder gillar du inte?

Hur skulle du beskriva dig själv på Instagram?

Hur skulle du beskriva dig själv på Facebook?

- Hur skulle du beskriva din Instagram/Facebook profil?
- Hur ofta per dag/vecka laddar du upp bilder?
- Varför väljer du att följa någon?
- Vad skulle få dig att sluta följa någon?
- Hur använder du dig av hashtag?

Kan du berätta om normer och regler du har upplevt/upplever på Instagram och/eller Facebook?

Hur upplever du skillnaden mellan de olika applikationerna gällande stora samhälleliga händelser? t.ex. politiska val etc.

- Finns det något som inte borde skrivas eller laddas upp på Instagram?
- Hur viktig är individualiteten på Instagram för dig?
- Under vilken tid på dygnet laddar du upp flest bilder?
- Vilken är din favorit kommunikations applikation och varför?
- Är det viktigare att få ”likes” eller kommentarer?

Vad är viktigt för dig på Instagram?

Gå igenom informantens Instagram profil under intervjun

Bilaga 2

Missivbrev

Till berörda deltagare

Uppsatsens syfte är att få en bättre förståelse av vad som motiverar användandet av Instagram. Dessutom syftar uppsatsen till att undersöka hur unga individer upplever skillnaden mellan Facebook och Instagram och vad förändringen betyder för interaktionen mellan individer och deras självuppfattning.

Metod

Undersökningen kommer att bestå av en fallstudie bestående av intervjuer med Instagram och Facebookanvändare som vi klassificerar som regelbundna användare. Vi kommer för studien att använda oss av ostandardiserade intervjuer samt en visuell analysmetod. Studiens syfte är att få en bättre förståelse av vad som motiverar användandet av Instagram. Dessutom syftar uppsatsen till att undersöka hur unga individer upplever skillnaden mellan Facebook och Instagram och vad förändringen betyder för interaktionen mellan individer och deras självuppfattning. och fokus ligger därför inte på den enskilda individens utsaga. Vi uppskattar att intervjun kommer att ta cirka 45 minuter.

Resultatredovisning, etik och sekretess

Resultaten från intervjuerna kommer att presenteras i form av citat och analyser i examensuppsatsen samt redovisas på seminarier samt vid publikation på Uppsala universitets databas DIVA. Inga avgörande personuppgifter eller namn kommer att förekomma i uppsatsen utan pseudonymer kommer att användas. Inte heller kommunen kommer att publiceras för att säkerställa informanternas konfidentialitet. Vi kommer att ta Vetenskapsrådets etiska riktlinjer i beaktning.

Medverkan i studien är frivillig och deltagaren kan när som helst under intervjun välja att avbryta sin medverkan utan förklaring och begära sitt intervjumaterial borttaget från studien.

Bilaga 3

Utarbetade koder

Självidentifiering och Normer

Instagram som en identitetsspegel 1.1.1

Instagram som en identitetsreflektor plattform 1.1.1.2

Lägger liten vikt vid andras förståelse av posterna 6.1

Negativ uppfattning av andra Instagram användare/ upplägg (porriga selfies eller andra bilder som användaren inte relaterar till) 10

Självinsikt i oönskade poster 10.1

Att definiera en profil som seriös 11.1

Rädslan för konfrontationer vid "avföljning" 12.1

Näthat på Instagram 12.1.1

Individualitet på Instagram 14

Kreativitet och underhållning

Instagram som en plattform för underhållning 1.1.2

Instagram som en plattform för satir 1.2.2

Instagram som en kreativ plattform 2

Att dela/posta hobbies 4

Bilder ska vara estetiskt/fina bilder (individens definition) 6

Ogillar överarbetade bilder och bildobjekt 6.1.1

Bild/post underskrift (kort mening, förklaring till bild, rolig kommentar, poetisk 9

Kommunikation och konsumtion av sociala-medier

Upplägg av konsumtion/ visa ekonomiskt kapital genom konsumtion och varifrån produkten kommer 5

Instagram som en enkelt användbar plattform 1

Ett sätt att skärma av individer 7.1

Instagram som en viktig del av det vardagliga livet 3

Att sluta följa någon (byte av intresse) 12

Instagram som ett sätt att hålla kontakten 1.1

Privat Instagram 7,

Instagram som en öppen profil (konstiga följare) 8)