



HÖGSKOLAN FÖR LÄRANDE  
OCH KOMMUNIKATION  
HÖGSKOLAN I JÖNKÖPING

# **Människan bakom filtret**

## **En kvalitativ studie om inställningen till Instagram**

**Amanda Erlandsson**

**Emma Urman**

Examensarbete 15 hp  
Medie- och kommunikationsvetenskap

Medie- och kommunikationsvetenskapliga programmet  
Höstterminen 2014

Handledare  
Karin Wennström /  
Ebba Sundin

Examinator  
Anders Svensson

## Sammanfattning

---

Amanda Erlandsson, Emma Urman

### Människan bakom filtret

- En kvalitativ studie om inställningen till Instagram

Antal sidor: 47

---

Uppsatsen undersöker vilka intentioner som ligger till grund för Instagramanvändares aktivitet samt inställningen de har till sitt eget och andras användande. En kvalitativ studie har gjorts där fem män respektive fem kvinnor mellan 20-30 år som alla är aktiva på Instagram har intervjuats. Syftet med studien har varit att försöka klargöra om det finns ett samband mellan personernas självbild, självrepresentation samt det tillvägagångssätt de använder sig av för att bygga upp en identitet på Instagram. En jämförelse och analys av männens samt kvinnornas svar i undersökningen har också genomförts. Detta undersöks utifrån teorier om identitetsskapande samt hur människor bygger upp identiteter på sociala nätverk. Studien kommer även utgå från ett genusperspektiv för att undersöka om resultaten i undersökningen skiljer sig mellan kvinnor respektive män. Resultatet av undersökningen visade att inställningen till Instagram inte skiljer sig nämnvärt mellan kvinnor respektive män. Vi hade förväntat oss en större klyfta mellan de manliga och kvinnliga respondenterna. Slutsatsen vi dragit av detta är att samhällets könsroller sakta men säkert börjar suddas ut. I takt med att samhället, människors attityder och medierna utvecklats har även genusrepresentationer i olika medier förändrats över de senaste decennierna.

---

Sökord: Instagram, Identitet, Självbild, Självrepresentation, Genus

---

| Postadress   | Gatuadress     | Telefon    | Fax       |
|--|----------------|------------|-----------|
| Högskolan för lärande<br>och kommunikation (HLK)<br>Box 1026<br>551 11 JÖNKÖPING | Gjuterigatan 5 | 036-101000 | 036162585 |

## Abstract

---

Amanda Erlandsson, Emma Urman

### **The human behind the filter**

- A study examining the attitude towards Instagram

Number of pages: 47

---

The paper examines the attitudes and intentions users of Instagram have towards their activity on Instagram. A study has been made with five men and five women in 20-30 years of age, who all are active on Instagram. The aim of the study has been to try to clarify if there is a connection between the individuals self-images/self-representations and the approaches they use to build their identities on Instagram. An analysis of the received answers has been implemented, and also a comparison between what the men and the women responded. This is examined based on theories of identity formation and how people build their identities on social networks. The study will also be analyzed from a gender perspective to examine if the results of the survey differs between women and men. The results of the survey showed that the attitude towards Instagram does not differ significantly between women and men. We expected a larger gap between the male and female users. The conclusion we have drawn from the results is that society's gender roles are slowly but surely disappearing. Over the last decades gender representations in the media has changed due to the changes and evolvement in society, people's attitudes and the media.

---

Keywords: Instagram, Identity, Self-image, Self-representation, Gender

---

| <b>Postadress</b>  | <b>Adress</b>  | <b>Phone</b> | <b>Fax</b> |
|--|----------------|--------------|------------|
| Högskolan för lärande<br>och kommunikation (HLK)<br>Box 1026<br>551 11 JÖNKÖPING | Gjuterigatan 5 | 036-101000   | 036162585  |

## Innehållsförteckning

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. Inledning</b> .....  | <b>5</b>  |
| <b>2. Bakgrund</b> .....   | <b>5</b>  |
| 2.1 Instagram.....   | 5         |
| 2.2 Begrepp och definitioner .....   | 6         |
| <b>3. Tidigare forskning</b> .....   | <b>7</b>  |
| 3.1 Foton på sociala nätverk.....  | 7         |
| 3.2 Män och kvinnor på sociala nätverk.....                                | 8         |
| 3.3 Privatliv, offentlighet och behovet av att hålla oss uppdaterade ..... | 9         |
| 3.4 Inre motivation.....   | 10        |
| 3.5 Status och narcissism .....  | 11        |
| <b>4. Teori</b> .....  | <b>11</b> |
| 4.1 Det dramaturgiska perspektivet .....                                   | 11        |
| 4.1.1 Missuppfattningar .....  | 13        |
| 4.1.2 Bakom masken.....  | 13        |
| 4.2 Online-identitet.....  | 14        |
| 4.3 Genus på internet.....   | 16        |
| 4.3.1 Genus.....   | 16        |
| 4.3.2 Medier, genus och identitet.....                                     | 16        |
| <b>5. Syfte och frågeställningar</b> .....                                 | <b>17</b> |
| <b>6. Metod</b> .....  | <b>18</b> |
| 6.1 Kvalitativa intervjuer.....  | 18        |
| 6.2 Förarbete .....  | 19        |
| 6.3 Genomförande .....   | 20        |
| 6.4 Urval .....  | 21        |
| 6.5 Etik.....  | 22        |
| 6.6 Självskattningsproblematik.....  | 22        |
| <b>7. Resultat</b> .....   | <b>23</b> |
| 7.1 Användandet av Instagram.....  | 24        |
| 7.2 Gillande av bilder .....   | 25        |
| 7.3 Strategi och arrangemang .....   | 28        |
| 7.4 Reaktioner .....   | 31        |
| 7.5 Identitetsskapande .....   | 33        |
| <b>8. Diskussion</b> .....   | <b>37</b> |
| 8.1 Varför Instagram?.....   | 38        |
| 8.2 Självbild.....   | 39        |
| 8.3 Image .....  | 40        |
| 8.4 Att imponera .....   | 42        |
| 8.5 Metoddiskussion .....  | 42        |
| 8.6 Förslag på vidare forskning.....                                       | 43        |
| <b>9. Referensförteckning</b> .....  | <b>44</b> |
| 9.1 Elektroniska källor .....  | 45        |
| <b>10. Bilagor</b> .....   | <b>46</b> |
| 10.1 Intervjufrågor.....   | 46        |

## **I. Inledning**

Applikationen Instagram används i Sverige av cirka 1,2 miljoner människor. Med hjälp av det sociala mediet kan användarna enkelt konstruera en bild av sig själva och sina liv genom att lägga upp foton. Detta sker via användarens Instagramkonto och kan göras inför en bred och varierad publik. Instagram är därmed ett verktyg och en plattform för att utforma och förstärka omgivningens syn på en person. Studien undersöker ett antal personers inställning till både sin egen och andras användning av Instagram, och klargör om det finns ett samband mellan personernas självbild och strategin de använder sig av för att bygga upp en identitet på Instagram. Då detta undersöks ställs även frågan ”tenderar vi att bygga upp en identitet på Instagram som skiljer sig från den vi har i det verkliga livet?”.

Det finns forskning som menar på att internet är en plattform för människor att bygga olika identiteter och skapa personer som inte behöver existera i verkligheten, till exempel på ett socialt nätverk som Instagram. Internet fungerar idag som ett socialt laboratorium där man kan experimentera med olika konstruktioner både av sig själv och andra (Turkle 1995:180).

Studier kring hur män och kvinnor porträtteras på sociala medier samt hur dessa medier används finns det gott om. Innehållsanalyser av medietexter är nödvändigt och aktuellt men det saknas en analys av människan ”bakom” bilderna samt tankarna och intentionerna hen har. Det saknas även en tydlig jämförelse mellan män och kvinnors inställning till Instagram och vi hoppas på att kunna fylla luckan vi anser fattas. Syftet är att få en insikt i hur människor agerar och resonerar när de är aktiva på Instagram och väljer att publicera bilder för sin omgivning.

## **2. Bakgrund**

### **2.1 Instagram**

Instagram lanserades i oktober 2010 av grundarna Kevin Systrom och Mike Krieger. Idén föddes ur ett gediget fotointresse och en önskan att kunna ta bra bilder även med en vanlig mobilkamera. De utvecklade idén med en kameraapplikation där du kan addera filter för att göra det möjligt att ta bilder som ser både snygga och professionella ut - trots att de är tagna med en vanlig mobilkamera. En av grundtankarna med Instagram är att användarna på ett roligt, snabbt och enkelt sätt ska kunna dela med sig av sina liv till vänner genom de bilder personen laddar upp. Instagram är kompatibelt med andra plattformar såsom Facebook, Twitter och Flickr vilket gör att bilderna som laddas upp även kan synas där. Det är även möjligt att via Foursquare addera en plats som användaren befinner sig på ögonblicket då fotot laddas upp. Foursquare är ett socialt

nätverk där människor har möjlighet att "checka in" på en specifik plats och ta del av samt delge information angående dessa platser till andra.

Ett konto på Instagram kan vara antingen öppet eller privat. Ett privat konto kan endast ses av de följare användaren i fråga godkänner. Ett öppet konto kan vem som helst på Instagram följa, och bilderna som laddas upp är offentliga för allmänheten både över internet och på applikationen i mobilen (Instagram.com, 2013). Idag har Instagram cirka 150 miljoner aktiva användare månadsvis världen över (Instagram.com, 2013)

På sidor som dn.se samt feber.se gick det i augusti 2013 att läsa fakta om användningen av Instagram i Sverige. Informationen grundade sig i statistik som tidningen Dagens Media publicerat från Orvesto Konsument. Enligt dessa siffror är det cirka 1,2 miljoner (exakt 1 241 000) svenskar som använder Instagram mer eller mindre frekvent. Enligt statistiken är 50 % av de svenskar som använder Instagram under 25 år. Cirka 696 000 av dessa användare besöker Instagram och laddar upp bilder eller filmer minst en gång per dag. 919 000 av användarna besöker applikationen minst en gång i veckan. Antalet kvinnor som använder Instagram är något högre än män: 57 % av svenskarna som använder Instagram är kvinnor och 43 % är män. Undersökningen grundar sig dock endast på de instagrananvändare som hunnit fylla 16 år (Wilhelmsson, 2013).

## 2.2 Begrepp och definitioner

**Like** - Ett knapptryck från mobilen som innebär ett "gillande" av en användares uppladdade bild.

**Image** - Ett uttryck för hur en person uppfattas av andra.

**Filter** - Ett verktyg som används för att redigera bilder med hjälp av ljusstyrka eller färger.

**Hashtag** - Genom att lägga till symbolen # samt ett ord vid en bild går det sedan att hitta den och andra bilder under samma kategori om man använder sökverktyget.

**Applikation** - Nedladdningsbar programvara som används på smartmobiler i olika syften.

**Följare** - De personer som följer en annan användare på Instagram och därmed har tillgång till användarens bilder.

### 3. Tidigare forskning

Instagram är ett relativt ungt medium och det går inte att hitta mängder med specifik forskning på området. Däremot har flera studier gjorts som behandlar hur människor går till väga i sitt identitetsskapande och självrepresentation. I följande avsnitt presenteras fem exempel på studier som bland annat behandlar identitetsskapande, självrepresentation och interaktion på sociala nätverk samt hur detta kan skilja sig mellan manliga och kvinnliga användare. Avsnittet tar även upp studier kring narcissism, behov av samhörighet, nyfikenhet samt fascination för andra människors privatliv som exempel på vad som kan motivera en användare på sociala medier.

#### 3.1 Foton på sociala nätverk

Varje dag arbetar människor med att definiera sig själva, antingen medvetet eller omedvetet. För att åstadkomma detta används olika yttre attribut och beteenden som påverkar andras bild av oss. Hur vi presenterar vårt jag och vår identitet i olika sammanhang utvecklas ständigt. Oftast styr vi detta själva mot en bakgrund som kan vara social, kulturell, ekonomisk eller politisk (Papacharissi 2011:304). Andrew L. Mendelson och Zizi Papacharissi belyser i *A networked self. Identity, community and culture on social network sites* hur Facebook kan fungera som hjälp då en person vill bygga upp en viss bild av sig själv, och hur stor betydelse foton av personen i fråga faktiskt har. Studien utgår från högskolestudenter och hur de genom att lägga upp bilder på sig själva samt ”taggar” sina vänner bygger upp en självrepresentation (Mendelsson & Papacharissi 2011:251). Sociala medier ger ett sätt för individer att presentera sig själva inför andra. Individen kan på helt egen hand styra hur denna presentation ska se ut genom att bestämma hur mycket eller lite information den vill delge. Om en individ exempelvis bara förmedlar positiva attribut kan hen skapa en mer attraktiv presentation av sin identitet (Mendelsson & Papacharissi 2011:252).

När det handlar om sociala medier tenderar människor oftast att framställa sig själva som någon man vill vara. Detta kan ske både medvetet och omedvetet (Mendelsson & Papacharissi 2011:255). Bilder kan alltså ses som en del de verktyg vi använder för att presentera oss själva. För många individer spelar det också stor roll hur vi uppfattas av andra. Det är viktigt att framställa sig själv på ett sådant sätt att man ger en så positiv bild som möjligt. Genom att framhäva det positiva med hjälp av yttre attribut som exempelvis utseende, gester, tal, och så vidare, försöker vi oftast dölja sidor hos oss själva som vi tror kan uppfattas som negativa av vår publik. Papacharissi och Mendelsson drar paralleller till Goffmans dramaturgiska perspektiv om samhället som en social arena eller scen där vi iklär oss olika roller. Goffmans teorier utgår endast

från interaktion och kommunikation mellan människor ansikte mot ansikte. Hans studier behandlar människans agerande vid möten med andra i det verkliga livet och detta går att applicera på digitala plattformar och mötesplatser som exempelvis Facebook, Twitter och Instagram (Mendelson & Papacharissi 2011:252).

Som sagt är det nästan aldrig de dåliga dagarna som syns i ett fotoalbum. Fotografier visar de händelser vi vill komma ihåg från våra liv. Det är sällan man ser negativa bilder, eftersom vi tenderar att fotografera sådant som vi vill uppmärksamma lite extra, exempelvis speciella händelser eller firanden såsom födelsedagar, eller resor. På ett socialt nätverk som exempelvis Instagram ligger det innehåll som laddas upp alltid kvar. Det är redan konstaterat att vi har ett behov av att dokumentera våra liv, och dessa bilder fungerar som ett kvitto på att betydelsefulla relationer och händelser faktiskt ägt rum (Mendelsson & Papacharissi 2011:254).

### **3.2 Män och kvinnor på sociala nätverk**

Det går att hitta vissa skillnader kring hur kvinnor och män använder sociala nätverk som exempelvis Facebook, MySpace och Twitter, samt hur vi presenterar oss själva på dessa nätverk. Tidigare studier tyder på att kvinnor prioriterar kommunikation och kontakt med andra användare, medan män prioriterar informationssökande (Haferkamp, Eimler, Papadakis, Kruck, 2012:96).

Haferkamp, Eimler, Papadakis och Kruck visar i sin studie gjord på nätverket StudiVZ, en tysk motsvarighet till Facebook, att det snarare är män som använder nätverket för att kommunicera med andra användare och träffa nya vänner (Haferkamp, et al. 2012:94). Män tenderar att ha en mer pragmatisk syn på användandet av sociala nätverk och ser dem som ett verktyg för att på ett enkelt sätt kommunicera med andra användare och knyta kontakter (Haferkamp, et al. 2012:96).

Kvinnorna i undersökningen använder sociala nätverk främst för underhållning samt som en plattform för självrepresentation. Undersökningen visade att kvinnor verkar bry sig mer om hur de uppfattas av andra än vad män gör (Haferkamp, et al. 2012:95). En profil på ett socialt nätverk möter enligt undersökningen ett underliggande behov hos kvinnor av att vilja visa upp sig själv. Ett socialt nätverk ger en individ möjlighet att skapa, redigera och anpassa en online-profil som sedan kan användas som ett verktyg för självrepresentation (Haferkamp, et al. 2012:96).

Det finns gott om forskning som beskriver hur män och kvinnor porträtteras i medier samt hur vi använder sociala nätverk. Enligt Mendelson och Papacharissi (2011:253-54) är det exempelvis



vanligare att tjejer laddar upp bilder än vad killar gör. I vår undersökning kommer vi inte undersöka hur frekvent användarna laddar upp bilder utan snarare gräva djupare för att få ett svar på om det finns några skillnader eller likheter mellan män och kvinnors syn på sin eget samt andra användares aktivitet på Instagram.

### 3.3 Privatliv, offentlighet och behovet av att hålla oss uppdaterade

Enligt Johansson (2002:99) suddas gränsen mellan privat och offentligt långsamt ut. Han beskriver ett exempel där en kvinna låter sig "skulpteras" av en plastikkirurg inför kameror som filmar och dokumenterar operationen. Människor runt om i världen kan sedan se hennes kropp och den tillhör plötsligt oss - världen. Johansson nämner begreppet "Den globala kroppen" och menar på att alla kan betrakta och fascineras av kvinnans numera offentliga kropp. Det som tidigare skedde innanför hemmets väggar kan numera läcka ut via en skärm - exempelvis med hjälp av Instagram. Johansson refererar till "kameran" som fångar något vi sedan kan publicera på Instagram. Det som fastnar i kameran finns alltid kvar, tills någon raderar materialet, och det kan även vara svårt att skapa en exakt bild av det som förmedlas (Johansson 2002:100).

Johansson menar att det idag finns en fascination inför människors privatliv och de flesta av oss är mer än villiga till att "snoka" bakom kulisserna. Våra självpresentationer står i fokus för dagens samhälle och sociala medier bidrar till att vi blir mer benägna till att tränga in och fördjupa oss i detaljer. Dagens teknik gör att vi enkelt kan skapa en förlängning av oss själva och detta med enkla hjälpmedel, till exempel Instagram. Vi tenderar till att få svårigheter att hålla oss uppdaterade utan medier då internet ofta fungerar som vår gemensamma bas. Denna bas underlättar i många fall kommunikationen människor emellan och får oss att känna samhörighet. De flesta uppdateras med hjälp av internet som idag fungerar som en informationskanal för många av oss. (Johansson 2002:173).

Johansson ställer sig frågan om vårt behov av att ständigt hålla oss uppdaterade har att göra med trygghetsnarkomani eller om ett expanderande fantasiliv. Han refererar till Thomas Ziehe som i sin tur talar om *potentiering* vilket betyder att vi har en ständig längtan efter att fylla vår vardag med känslomässigt intensiva upplevelser (Johansson 2002:175). Det är normalt att känna ett behov av att studera och fascineras av andra människor, detta kan ske både på ett kafé eller på internet. Människor känner generellt sett en lust över att iaktta och få inblick i andra människors liv vilket detta kan appliceras på en plattform som Instagram. där vi tycks söka efter inblickar i andra

personers liv, även om det inte visar hela sanningen kring personen som studeras (Johansson 2002:175).

På Instagram har en användare möjlighet att publicera bilder från sitt liv och själv arrangera, vinkla och addera filter för att visa dem exakt som individen vill ha dem. Johansson menar att gränsen mellan medieverklighet och vardag suddas ut alltmer. I och med att vi ständigt fylls av bilder och liknande via medier kan det bli svårt att skilja mellan vad som är verklighet och inte. Mediekulturen kan ge oss utrymme till att fantisera och skapa en bredare bild av vardagen och andra människor. Därmed kan den mediala verkligheten riva ner murar som uppstått och suddat ut gränser som vi uppfattat från tidig ålder. Johansson menar att attraktionen som råder mellan människan och medier beror på att vi får möjligheten till att odla fantasier och leka med vår bild av verkligheten. Vanligtvis bygger vi vår uppfattning kring saker och ting på tidigare upplevelser och erfarenheter, medan vi via internet kan ta genvägar till vårt mål eller till och med bygga vår egen väg för att undersöka eller förstå något. Det finns ett antal studier som behandlar detta, att medier ofta bidrar till att bygga mellanrummen och få oss att utveckla vår förmåga att fantisera (Johansson 2002:170). Johansson påpekar även att medierna har en paradoxal inverkan på våra liv (Johansson 2002:178). De mystifierar samtidigt som de avmystifierar, i och med att vi ständigt informeras om nya händelser och nyheter och får en inblick i andra människors vardag. Detta medan vi uppmuntras till att drömma och fantisera på ett gränslöst sätt.

### 3.4 Inre motivation

Enligt Zhao, Lu, Wang och Huang har människor ett behov av att ibland få känna att de tar egna beslut och bestämmer något på egen hand (Zhao et al. 2010:347). Behovet av att känna sig kompetent kan mätas då en individ känner sig effektiv eller skicklig när den interagerar med sin omgivning eller ägnar sig åt någon form av aktivitet. Det går att dra en parallell till Instagram där en användare kan få uppskattning och beröm för det den publicerar. Vi får möjligheten till positiv respons via sociala medier och kan därmed känna att vi bidrar med något och faktiskt spelar roll. Människan har även ett behov av att kunna relatera till och känna sig sammankopplad med andra människor. Vi vill känna oss behövda och viktiga för att få bra. En form av motivation är den så kallade *inre motivationen* som får oss att göra något för vår egen skull, exempelvis på grund av nyfikenhet eller känslan av att något är glädjefyllt (Zhao et al. 2010:347). Denna typ av motivation leder ofta till att vi presterar bra då nyfikenhet är en oerhört drivande kraft. Nyfikenhet handlar om att undersöka och samla ny kunskap samt erfarenhet. Denna kraft genomsyrar vår barndom i de flesta fall och är en vital del då det kommer till mental utveckling (Zhao et al. 2010:347).

### 3.5 Status och narcissism

Som tidigare nämnt finns det ett flertal anledningar till att använda internet och detta menar även Mary O'Brien, John Greaney och Hannah Barton som tillsammans har skrivit ett kapitel i boken *Cyberpsychology and New Media – A thematic reader*. Maktbalansen mellan informationssystemet som massmedia tidigare stått för rubbas och ett demokratiserat internet växer fram. Media blir mer individuellt och vi ser tendenser till "narcissistisk elektronik" (O'Brien, Greaney, Barton 2013:104). Författarna refererar även till Lampel och Bhalla (2007) som menar att vårt sökande efter status ofta driver och motiverar oss till att använda internet. Lampel och Bhalla påpekar att det finns två typer av status-sökande när vi är online. Den ena då vi fokuserar på att uppvisa en expertis inom ett visst ämne, exempelvis mode eller musik, medan den andra typen handlar om att demonstrera kunskap inom ett flertal områden.

Vissa personer motiveras av narcissism då det kommer till användandet av internet. Narcissism betyder självförhärligande eller självupptagenhet och en narcissistisk person kräver beundran, är självcentrerad och har ofta brist på empati. Ofta tenderar män till att vara mer narcissistiska än kvinnor samt att människor som lever i individualistiska samhällen ofta upplever personlighetsdraget mer (O'Brien et al. 2014:105). Enligt den social-psykologiska definitionen av narcissism har personen även ett omedvetet beroende av att bekräftas av sin omgivning. Därmed kräver en narcissistisk person många relationer då hen får möjligheter till att exempelvis skryta eller få andra människor till att avundas personen i fråga (O'Brien et al. 2014:105). Sociala medier är därmed ett utmärkt forum eftersom det är lätt att få utrymme och synas inför andra människor. Man har även en möjlighet till att skaffa sig ett stort kontaktnät med många ytliga bekanskap som man kan bygga upp en identitet inför. Vår självrepresentation är kontrollerbar och går att utforma enligt önskemål.

## 4. Teori

### 4.1 Det dramaturgiska perspektivet

Erving Goffman (1922-1982) var en amerikansk professor i sociologi och antropologi. Under sina levnadsår genomförde han ett flertal studier som behandlar interaktion mellan människor, vilken en av de mest etablerade är hans studie utifrån det dramaturgiska perspektivet. Enligt det dramaturgiska perspektivet och Goffmans sätt att se på samhället är vi alla skådespelare på en social arena. Alla människor spelar teater och vill göra ett gott intryck på sin publik. För att åstadkomma detta i möten med andra försöker vi styra och kontrollera den information vi sänder ut. Det är denna information som sedan ligger till grund för vilken uppfattning och vilka intryck

andra människor får av oss (Goffman 1959/2009:25). När vi möter människor läser vi av dem automatiskt och försöker bilda oss en uppfattning av personen så snabbt som möjligt. Dessa kunskaper använder vi sedan för att förbereda oss på hur vi ska agera då vi möter personen (Goffman 1959/2009:11).

Goffman använder sig av begreppet *framträdande* för att beskriva den situation då en individ visar upp en identitet som ger intryck på publiken. Framträdandet består av den del som Goffman väljer att beteckna som *fasad*. Fasaden är det som en individ använder sig av för att förklara situationen för åskådarna som i sin tur bevittnar framträdandet. Fasaden fungerar alltså som en slags utrustning som en individ kan plocka fram medvetet eller omedvetet i sitt framträdande.

Fasaden har olika grundstenar och den första kallas *inramningen*. Inramningen är den rekvisita - exempelvis möbler, dekor eller annat bakgrundsmaterial som individen utgår ifrån på scenen i sitt framträdande. Inramningen är en platsbunden miljö som ligger till grund för där en scen utspelar sig, ungefär som scenen på en teater (Goffman 1959/2009:28).

En annan grundsten menar Goffman är den så kallade *personliga fasaden*. Den personliga fasaden innefattar alla de attribut och detaljer en individ besitter och använder sig av när hen uttrycker sig. Detta kan bland annat vara kön, ålder, storlek, utseende, kläder, talmönster, kroppshållning, gester eller ansiktsuttryck (Goffman 1959/2009:30).

En individ som befinner sig i en social situation tenderar till att betona vissa egenskaper och dölja andra (Goffman 1959/2009:64). För att tilltala övriga i den sociala miljön måste individen anpassa sitt uppträdande för att det som personen i fråga vill uttrycka ska framstå som intressant och betydelsefullt (Goffman 1959/2009:35).

Det är oftast inte våra dåliga dagar som syns i ett fotoalbum. Många som använder Instagram tenderar att ge en bild av sig själva som verkar bättre än verkligheten. Användaren lägger upp bilder på en förskönad vardag för att hålla uppe sin fasad och göra ett speciellt intryck på sina följare. En person som använder Instagram styr helt själv hur denne vill visa sig för att möta de förväntningar följarna har. Det handlar oftast om att en individ vill se bättre ut eller ge sken av att vara en mer spännande eller rolig person än vad hen själv anser sig vara (Goffman 1959/2009:39). Goffman tar upp ett exempel på detta med ett citat från ytterligare en amerikansk sociolog, Charles Cooley (1864-1929):

Om vi aldrig försökte förefalla vara lite bättre än vi är, hur skulle vi då kunna förbättra eller 'trimma oss själva utifrån och in'? Och samma impuls att visa upp en bättre eller idealiserad bild av oss själva kommer till ett organiserat uttryck i de olika yrkena och

klasserna, vilka allesamman till en viss grad håller sig med en jargong eller pose som dess medlemmar för det mesta omedvetet lägger sig till med, men som har effekten av en konspiration som bearbetar den övriga världens godtrogenhet (Cooley 1922:352-53, citeras i Goffman 1959/2009:39).

#### 4.1.1 Missuppfattningar

När vi möter andra individer kan beteendet hos personen ge glimtar av vem hen är. Det är inte ovanligt att det i denna process uppstår missuppfattningar och att en publik tolkar signalerna fel, vilket kan leda till ett missförstånd av budskapet. Publiken är oftast misstänksam mot den verklighet som en individ förmedlar, och tenderar att rikta uppmärksamheten mot de felaktiga gester och signaler som ges. Risker är då att publiken ser på hela uppträdandet som falskt. Det är inte ovanligt att vi i mötet med andra råkar ut för gester och miner som i sammanhanget kanske är oavsiktliga och betydelselösa, men som vi tar åt oss av och automatiskt börjar tolka. För att undvika missuppfattningar är det enligt Goffman upp till varje enskild individ att se till att förmedla sådana gester på ett sätt så publiken förstår att de är utan betydelse. Trots att en publik kan vara positivt inställd till ett framträdande kan ändå missförstånd och oro uppstå på grund av olika avvikelser i en individs beteende (Goffman 1959/2009:52).

Enligt Goffman är det även enkelt för en agerande individ att använda sig av olika verktyg för att skapa en uppfattning eller bild av någonting som i verkligheten inte finns där: ”... det råder ingen tvekan om att många individer har mer än nog av kapacitet och motiv för att förvränga fakta; bara skamkänslor, skuldskänslor eller rädsla hindrar dem från att göra det” beskriver han i *Jaget och maskerna*. Då publiken automatiskt tolkar den agerande personens framträdande på ett felaktigt sätt är det viktigt för personen i fråga att lägga ner ytterligare tid och omsorg på sitt uppträdande inför publiken. Detta för att undvika onödiga missuppfattningar (Goffman 1959/2009:57).

#### 4.1.2 Bakom masken

Det går trots allt inte att få fullständig information om en person eller helt och hållet veta vad en människa tycker och tänker. Enligt Goffman förlitar vi oss på yttre attribut och signaler som exempelvis antydningar, vinkar och statussymboler. Om människor kan ses som skådespelare på en teater och interaktionen mellan människor kan ses som ett framträdande, finns det även situationer där vi inte kan veta någonting om personer vi möter. Goffman talar om dessa situationer som bakom kulissen eller *den bakre regionen* av ett framträdande. Goffman definierar den bakre regionen på följande sätt:

... ett ställe, i anknytning till ett visst bestämt framträdande, där det anses som en självfallen sak att med vett och vilja bestrida det intryck som har uppammats av framträdandet. Sådana platser har naturligtvis många karakteristiska funktioner. Där kan man omsorgsfullt utforma de inslag i framträdandet som får det att uttrycka någonting utöver sig självt, där konstrueras illusioner och intryck fullt öppet (Goffman 1959/2009:103).

Den bakre regionen av ett framträdande är situationer då en person kan slappna av och helt och hållet vara sig själv. Det är i den bakre regionen som en person släpper fram sitt riktiga jag och det är svårt för utomstående att komma in. Den bakre regionen kan vara både i hemmet och på andra platser där en person umgås med nära vänner eller sin familj (Goffman 1959/2009:102). Den bakre regionen kan se ut hur som helst och varierar från person till person. Det kan vara allt från en fest med mycket folk eller en hemmakväll framför tv:n. Poängen är att en person själv väljer de människor som hen vill inkludera i sin bakre region. Till den bakre regionen har bara människor som en person känner förtroende för tillträde. Främlingar eller ytligt bekanta brukar därför inte ha tillgång till denna region. För att släppa in en annan människa bakom masken eller bakom kulisserna till sin bakre region måste den agerande känna sig bekväm och hysa ett bra förtroende för personen i fråga:

Eftersom framträdandets vitala hemligheter är öppna för insyn bakom kulisserna och eftersom de agerande lägger av sig rollen medan de befinner sig där är det naturligt att räkna med att gången mellan den främre regionen och den bakre regionen kommer att hållas stängd för medlemmar av publiken eller att hela den bakre regionen kommer att hållas stängd för dem (Goffman 1959/2009:103).

## 4.2 Online-identitet

Turkle (1995:178) beskriver bland annat hur vi rekonstruerar oss själva med olika former av hjälpmedel då vi kliver in i virtuella communities. Exempel på ett virtuellt community kan vara en social nätverkstjänst eller ett socialt medium. Internet är ett element som bidrar till att begreppet identitet kan ses som något multipelt (Turkle 1995:178). Med hjälp av en uppkopplad dator kan människor bygga olika identiteter och skapa personer som inte behöver existera i verkligheten och detta kan självklart appliceras på Instagram. Internet är ett socialt laboratorium där man kan experimentera med olika konstruktioner av sig själv och andra (Turkle 1995:180). Turkle frågar sig själv om vi till och med kan lära oss av våra virtuella personligheter.

En ung man vid namn Gordon nämns i Turkles bok. Gordon är aktiv på internet och spelar online-spel där man kan bygga karaktärer med olika personlighetsdrag och egenskaper. I skolan beskriver sig Gordon sig själv som olycklig och missanpassad vilket motiverade honom till en nystart inklusive en resa till Indien. Där presenterades han för online-spelen och såg detta som en chans att skapa sig en ny och förbättrad identitet. Turkle menar på att alla egenskaper Gordons karaktärer innehar har en sak gemensamt; de är personlighetsdrag han själv strävar efter och vill ha själv. Enligt henne får Gordon möjligheten till att experimentera med olika identiteter och kan göra detta på en kontrollerat sätt i sin egen takt. Han kan exempelvis spela kvinna och testa gränser på olika vis, vilket skulle vara betydligt mer komplicerat i verkligheten. Varje karaktär har integritet och är självständig, samtidigt som Gordon refererar dem som ”sig själv”. Det finns alltså en relation mellan alla identiteter inklusive Gordons egna (Turkle 1995:190), vilket även bidrog till att han träffade sin nuvarande fru då han skapade en karaktär som inledde en relation med en karaktär skapad av hans fru.

Människor använder internet av olika anledningar, ibland för att skapa olika former av karaktärer. Vissa, liksom ovan nämnda Gordon, för att kunna leka och experimentera med olika personlighetsegenskaper, medan andra vill kunna göra saker de inte kan göra i det verkliga livet (Turkle 1995:192). För att dra en parallell till Instagram kan man se ett mönster, vi människor verkar ha svårt för att ”nöja oss” med att bara vara oss själva. Vi tycks ha ett behov av att kunna spela någon annan eller göra något galet, utan att ta ansvar för det (Goffman 1959/2009:39). Detta gäller även på Instagram, vi kan enkelt bygga upp en identitet som ger sken av att vi exempelvis har mycket pengar. Vi kan utan att anstränga oss alltför mycket ”checka in” på en dyr restaurang, som vi kanske egentligen har sparat till i flera månader för att ha råd att gå till. Det är lätt att ta kort på dyra ting och få följare att tro att det tillhör en själv. Precis som Turkle beskriver kan vi göra saker vi i verkliga livet inte har möjlighet till att göra eller i det här specifika fallet, äga. Enligt Turkle är detta naturligt – vi försöker förstå och förbättra oss själva så gott det går med hjälp av de redskap vi tillhandahåller (Turkle 1995:231). Idag kan vi experimentera med olika personligheter via en dator, oavsett om det handlar om att spela en karaktär på ett community eller om det rör sig om att måla upp en extremt överdriven version av sig själv på Instagram.

## 4.3 Genus på internet

### 4.3.1 Genus

Genus är ett begrepp som används för att förklara och förstå idéer, konstruktioner och handlingar som resulterar i människors sociala kön. Det sociala könet är ett begrepp som avser att förklara det som anses vara typiskt manligt eller kvinnligt. Genus och biologiskt kön skiljer sig alltså från varandra, då genus handlar om hur män och kvinnor förväntas vara och bete sig. Synen på vad som ses som typiskt manligt eller kvinnligt har förändrats med tiden och beror även på vart i världen du befinner dig. Genus är något som konstrueras eller skapas och som en individ lär sig, vilket betyder att en individ inte föds med något speciellt genus eller socialt kön. Via bland annat film, tv, musik, mode, tidningar, böcker, internet, familj, vänner och regler i samhället formar en individ sitt eget tankesätt och skapar sig även en bild av vad hen anser vara maskulint samt feminint (Nationalencyklopedin, 2013).

### 4.3.2 Medier, genus och identitet

Medier och kommunikation är idag en central del i dagens moderna samhälle och genus och sexualitet är en del av kärnan i hur vi tänker kring vår egen identitet. Medierna idag innehåller otaliga bilder och budskap om män, kvinnor och sexualitet och det går inte att undgå att dessa har inverkan på vårt sätt att se på våra egna identiteter. Detta samtidigt som det är föråldrat att utgå från synen på medierna som "allsmäktiga" och dess publik som en homogen massa utan förmåga till egna tolkningar. Män och kvinnor skildras ofta stereotyp i media, dock har samhället utvecklats och även genusrepresentationen över de senaste decennierna (Gauntlett 2008:62). I och med att medierna utvecklats och människors attityder ändrats är det vi lärde oss kring medier förr inte lika relevant idag. Uppkomsten av internet och olika sociala nätverk gav människor möjligheten till att interagera med varandra på ett nytt sätt. Plötsligt kunde vem som helst vara en kreativ medieproducent på olika plattformar och dela med sig av saker med miljontals andra användare. Efter web 2.0 fick människor tillgång till verktyg för att skapa, knyta kontakter och dela med sig av sina liv på sätt man inte kunnat göra tidigare (Gauntlett 2008:1). Tidigare studier visar att människor, speciellt ungdomar, tenderar att tillbringa mindre tid på traditionella medier som till exempel tv och mer tid online vilket inkluderar interaktion på sociala nätverk (Gauntlett 2008:2).

Internet är en central del i hur vi samlar information om vår omvärld. Sociala nätverk som Instagram, Facebook och Twitter lyckas även samla miljontals människor på en och samma plats. Facebook och Youtube ligger idag på andra respektive tredjeplats över de mest populära webbsiterna i världen (Alexa: The Web Information Company, 2013)



Sociala nätverk öppnade dessutom dörrar för personliga uttryck samt en slags mångfald och variation som inte går att hitta i mainstream-medier. På Youtube, vilket Gauntlett påpekar, går det till exempel inte att hitta något slags typiskt mönster vad gäller genusrepresentation bland användarna eller i de mest sedda videorna. Representationen av män och kvinnor på Youtube är inte lika stereotypa, utan mer verkliga och varierade (Gauntlett 2008:72).

När människor skapar sina identiteter är det många faktorer som spelar in. Det är inte något vi bara kopierar och lånar från media (Gauntlett 2008:1). Människor idag konsumerar otaliga timmar av medier genom att se på tv, läsa tidningar, lyssna på radio, gå på bio, surfa på internet och passera reklamskyltar på stan. I dagens moderna samhälle är det i princip omöjligt att undvika reklam eller populärkultur i någon form. Medierna målar oftast upp situationer och relationer från andra individers synvinklar. Gauntlett benämner detta som "vår eviga fascination för drama". Medierna har blivit ett sätt att se hur världen fungerar och få inblick i andra människors liv (Gauntlett 2008:2). Detta påverkar i sin tur hur vi presenterar oss själva samt hur vi ser på andra människors beteende. Det kan bland annat handla om familje- eller romantiska dramor och såpoperor som behandlar olika mänskliga relationer. Mode- och livstilsmagasin ger ofta tips kring hur en individ ska leva och vara, se ut och interagera med andra. Reklam och bilder av vad som anses som ett attraktivt utseende skapar en slags idealbild och kan också ha effekt både på hur vi ser på oss själva och andra (Gauntlett 2008:3).

## **5. Syfte och frågeställningar**

Syftet med uppsatsen är att få ökad förståelse av identitetsskapande på sociala nätverk sett ur ett genusperspektiv. Vi vill få ökad förståelse för kvinnors och mäns uppfattningar om identitetsskapande på sociala nätverk. För att uppnå detta är målet att undersöka hur kvinnor och män uppfattar och förhåller sig till sitt eget samt andras användande av Instagram. I uppsatsen vill vi försöka klargöra hur respondenterna tänker kring användningen av Instagram, samt om det finns ett samband mellan personernas självbild och deras strategi för att bygga upp en identitet på Instagram. Detta undersöks utifrån teorier om identitetsskapande samt hur människor bygger upp identiteter på sociala nätverk. Studien kommer även utgå från ett genusperspektiv för att undersöka om resultaten i undersökningen skiljer sig mellan kvinnor respektive män. Uppsatsen grundar sig i följande frågeställningar, med ett antal underfrågor:

- Vad finns det för skillnader och likheter mellan mäns och kvinnors sätt att se på sin användning av Instagram?
- Hur pass analytiska är användarna när det gäller sin aktivitet på Instagram?
  - Är respondenterna eftertänksamma när de exempelvis gillar eller laddar upp en bild?
  - Hur mycket reagerar de på andra användares aktivitet på Instagram?
- Hur upplever användarna sin egen självbild i relation till den identitet som skapas på Instagram?
  - Vilka bakomliggande intentioner finns när användarna laddar upp en bild?

## 6. Metod

### 6.1 Kvalitativa intervjuer

För att kunna kartlägga våra intervjupersoners inställningar och attityd gentemot sitt samt andras användande av Instagram så har vi valt att använda oss av kvalitativa intervjuer. Denna typ av intervju har många fördelar, bland annat är det enklare att få information som annars kan vara svår att få tag i samt att vi kan kartlägga sociala relationer och processer (Ostbye, Knapskog, Helland, Larsen 2003:101). Vi vill sätta våra intervjupersoners uppfattningar och inställningar i centrum och inte fokusera på den enskilde individen. Vi kommer att genomföra en form av respondentundersökning där svarspersonernas tankar och åsikter står i fokus, detta till skillnad från en informantundersökning där man ofta undersöker ett specifikt fall eller händelse och försöker dokumentera inblandade personers kunskap kring ämnet (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson, Wägnerud 2007:257). I en respondentundersökning vill man i de flesta fall veta vad intervjupersonerna har för uppfattningar eller attityder kring ämnet och därför är det vanligt att man ställer samma frågor till alla och sedan försöker finna mönster i svaren som samlats in. Respondentundersökningar kan delas in i två kategorier; frågeundersökningar och samtalsintervjuundersökningar (Esaiasson et al. 2007:258). Utifrån dessa typer valde vi att genomföra en samtalsintervjuundersökning då det var mest lämpligt med tanke på vårt mål och

syfte. En samtalsintervjuundersökning går i princip alltid ut på att belysa exempelvis ett fenomen eller beskriva människors uppfattning medan man vid en frågeundersökning arbetar med frekvens.

Kortfattat beskrivet så är målet med vår uppsats att få en så tydlig bild som möjligt av ett antal personers inställningar till sin egen samt andras användande av Instagram. Dessa personer kan kallas *respondenter*, vilket är en vanlig benämning då det gäller kvalitativa intervjuer. Begreppet belyser att det är personen som intervjuas som tillhandahåller informationen som i slutändan är av vikt då det gäller resultatet och att det är dennes resonemang, tankar och inställning som spelar roll (Ostbye et al. 2003:102). Även om en kvalitativ intervju är ett interaktivt samtal mellan respondenten och personen som intervjuar så är det trots allt respondentens svar som bidrar till resultatdelen. Vi har använt oss av en semistrukturerad intervjumetod där vi förbestämt frågor utan svarsalternativ, detta för att få så utförliga, detaljerade och personliga svar som möjligt. Tack vare att vi lyssnade aktivt på varje enskild respondent kunde vi även ställa följdfrågor på passande ställen för att ”krama ur” så mycket som möjligt i svaren. Detta för att skildra den intervjuade personens åsikter och tankar på bästa sätt. En intervju är i huvudsak uppbyggd på att personen som intervjuar lyssnar aktivt och ställer rätt typ av följdfrågor (Kvale & Brinkmann 2009:154).

## 6.2 Förarbete

I arbetet med intervjufrågorna skapade vi kategorier för olika typer av frågor. Kategorierna bestod av, förutom en inledande och mer allmän kategori där respondenten fick ange kort information om sig själv och sin profil på Instagram, fyra kategorier som baserats på de tre frågeställningarna i uppsatsen: gillande av bilder, strategi och arrangemang, reaktioner och identitetsskapande. Under dessa fyra kategorier skapade vi sen våra intervjufrågor.

Intervjufrågorna och deras kategorier är en operationalisering av de tre frågeställningarna i uppsatsen, detta för att innefatta de teoretiska utgångspunkter vi haft som grund att stå på i arbetet. Operationaliseringen gav oss dessutom bättre översikt över våra intervjufrågor. Detta för att undvika situationer där vi till exempel skulle missat att ställa en intervjufråga som hade kunnat vara till vikt för att uppnå målet och syftet med uppsatsen (Ostbye et al. 2003:147).

Innan vi påbörjade intervjuerna inför uppsatsen genomförde vi ett fåtal pilotintervjuer med människor vi var bekanta med och som inte skulle ha problem eller svårigheter med att ge oss konstruktiv kritik. Dessa personer liknade de människor vi senare skulle intervjuar för den riktiga intervjun (Ostbye et al. 2003:302) och det var ett medvetet val från vår sida. Detta gjordes för att

kunna plocka bort onödiga frågor, addera fler relevanta frågor samt att omformulera frågor som kunde uppfattas som tvetydiga. Detta gjordes dels om personen vi provintervjuade ansåg det som nödvändigt eller om vi själva märkte att det var behövligt. Att göra dessa provintervjuer lärde oss även hur vi skulle inleda och förklara intervjun för personerna vi skulle intervjuas och hur vi skulle bete oss för att ge ett så neutralt intryck som möjligt.

### 6.3 Genomförande

En kvalitativ intervju kan även kallas för *samtalsintervju* (Ringdal 2001:101). Ringdahl menar att man, istället för att utmäta definierade variabler på förhand, har som mål att få sin information från intervjuobjektet. En nackdel gällande personliga samtalsintervjuer är de *intervjuareffekter* som kan påverka den intervjuade personen. En intervjuareffekt är något som personen som intervjuas gör som påverkar intervjupersonen på något sätt och detta kan ha inverkan på svaret som ges (Ostbye et al. 2003:265). För att exemplifiera detta så kan intervjupersonen bli nervös och hålla tillbaka tankar och reflektioner om personen som intervjuas stirrar kraftigt och aldrig ger tecken på att hen förstår (Trost 2010:94). Därför har vi försökt vara så neutrala i kläddval och uppträdande som möjligt. Vi har även lagt vikt på att få intervjupersonen att känna sig bekväm och avslappnad genom hela samtalet bland annat genom att nicka förstående och använda oss av ett mjukt och avslappnat tonläge. För att addera ytterligare bekvämlighetsfaktorer till intervjun har vi i största möjliga mån valt platser där intervjupersonerna känner sig bekväma och hemmastadda, i flera fall i personens egna hem. Tanken bakom våra frågor grundar sig i att vi ville att de skulle vara lättförstådda och inte för akademiska och få samtalet att flyta på så smidigt som möjligt. Vi småpratade med våra respondenter innan vi gick igång med de tematiska frågorna som intervjun byggde på och ställde följdfrågor som ”hur då” eller ”varför” på ställen vi ansåg lämpliga. Gällande de frågor som respondenten kunde tolka på sitt eget sätt ställde vi så kallade *tolkande frågor* (Ostbye et al. 2003:299), detta för att undgå missförstånd. En tolkande fråga kan vara ”så du menar att...?” och ställs för att just kontrollera att man uppfattat personens svar på ett korrekt sätt. För att dokumentera intervjuerna spelades de in för att sedan transkriberas och analyseras (Dalén 2007:33). Vi ville agera på ett närvarande sätt och slippa föra anteckningar vilket kan upplevas som distraherande och frånvarande ur respondentens synvinkel. För att få distans till intervjun och svaren vi samlat in valde vi att transkribera dagen efter att vi genomfört en intervju (Trost 2010:149).

För att kunna genomföra våra intervjuer på bästa sätt har vi valt att möta våra intervjupersoner ”ansikte mot ansikte”. Detta val kändes självklart för oss då vi såg flest fördelar

med denna metod. Vi ansåg att vissa av våra frågor skulle kunna behöva upprepas eller förklaras och då är en personlig intervju tacksam. Följdfrågor kan också uppstå och då är exempelvis en enkät svår att genomföra. Vi sökte som tidigare nämnt utförliga svar med hjälp av öppna frågor (frågor utan färdiggjorda svarsalternativ) och missförstånd kan enkelt undvikas då vi under intervjun har möjlighet att fråga intervjupersonen vad hen menar eller be om ett mer utvecklat svar. En person som intervjuas ansikte mot ansikte har generellt sett en tendens till att vilja berätta mer än vad en person som svarar på en enkät har (Ostbye et al. 2003:266).

## 6.4 Urval

Vi valde att göra en variant av ett snöbollsurval (Ostbye et al. 2003:291) då vi med hjälp av Instagram hittade personer att intervjua. Vi började processen med att hitta ett fåtal personer som någon av oss hade en koppling till utan att vara väl bekanta med. Tack vare dessa respondenter fick vi tips och vägledning i hur vi skulle hitta fler personer i rätt åldersgrupp som var relativt aktiva på Instagram. Vi valde sedan att kontakta fler respondenter via Facebook, sms och ansikte mot ansikte. Personerna vi själva ansåg oss stå närmare frågade vi i exempelvis skolan eller på våra arbeten medan människor vi var ytligt bekanta med fick mottaga ett mejl på Facebook. Respondenterna som rekommenderade folk de var bekanta med kunde även förvarna personerna vi planerade att intervjua och förklara syftet med intervjun för att “värma upp” de potentiella respondenterna. Pondera att vi stoppat främlingar på stan, de hade förmodligen haft svårare för att vara uppriktiga och sanningsenliga.

Då det ofta rekommenderas att intervjua främlingar (Ostbye et al. 2003: 292) talas det främst om svårigheten med att behålla den vetenskapliga distansen till folk man känner. Det kan kännas lätt att förlita sig på vad man själv antar angående personen eftersom att man känner hen sedan tidigare och därmed kan undvika vissa frågor som man redan tror sig ha svaret på. Detta bekymmer förbigick vi eftersom att vi inte kände majoriteten av personerna vi intervjuade och endast hade någon form av koppling till vissa av dem. Vi var noggranna med att ställa samma frågor till alla respondenter och var tysta ett tag efter varje avslutat svar för att inte avbryta eller på något vis ta något för givet.

För att få variation i vårt urval valde vi både studenter och arbetande människor i åldrarna 20-30 år. Personerna skulle även vara relativt aktiva på Instagram och ha en inblick i hur mediet fungerar för att kunna ge oss svar på frågorna vi ställde. Vi valde att intervjua tio personer, fem kvinnor och fem män just för att vi ville jämföra kvinnors och mäns inställning till vårt valda

ämne. Antalet på våra respondenter valde vi för att hålla oss till ett litet antal samtidigt som det skulle uppstå en *teoretisk mättnad* (Ostbye et al. 2003:190). Teoretisk mättnad uppstår då i princip alla viktiga händelser kan förklaras av teorin och inget längre kan överraska forskaren angående ämnet. Ett tredje råd att följa (Ostbye et al. 2003:292) är att inte intervjua personer som räknas som ”subjektiva experter”, alltså respondenter som är väldigt insatta i ämnet eller kanske till och med arbetar med det. För att exemplifiera detta har vi därför inte valt tio personer som studerar medie- och kommunikationsvetenskap eller arbetar med sociala medier. Det hade gett en skev bild av hur den genomsnittliga Instagramanvändaren resonerar och reflekterar och det hade resulterat i en icke trovärdig studie.

## 6.5 Etik

Då det gäller samtalsintervjuer är de etiska aspekterna viktiga. Ett av forskningskraven vid en samtalsintervju är att en person själv ska få bestämma om hen vill delta i forskningen eller inte, och det är därför viktigt som forskare att bidra med lättförståelig information till forskningspersonen. Detta kallas för samtyckeskravet och tillhör ett av de fyra, allmänna huvudkraven när det kommer till forskningsetik (Dalén 2007:21). Vi har i vår undersökning följt de fyra huvudkraven noggrant, allt för att undgå misstag eller exempelvis såra en respondent. En intervju av denna typ påminner mycket om ett vanligt samtal mellan två personer och det är därför viktigt att följa det så kallade informationskravet som innefattar att intervjupersonen är medveten om att samtalet dokumenteras och används i ett forskningssyfte (Ostbye et al. 2003:290). Vi har lovat våra intervjupersoner att de är anonyma under och efter processen och har därmed följt konfidentialitetskravet. Vår studie förblir trovärdig trots detta då vi har transkriberat samtliga intervjuer och lägger som bilaga om läsning önskas. För att förtydliga vår ståndpunkt kring de etiska aspekterna följer vi även nyttjandekravet som går ut på att resultatet vi får in endast används i denna uppsats.

## 6.6 Självskattningsproblematik

En metod för att mäta människors intressen eller attityder mot något är att använda sig av självskattning. För att undersöka åsikter eller attityder mot något är självskattning en bra metod. Intervjuaren kan ställa frågor till respondenten som kräver djupare svar. Respondenten måste gå till sig själv och analysera sin egen förmåga och åsikter, och tänka efter hur hen skulle reagera i olika situationer. Det som kan vara negativt med självskattning är att intervjuaren aldrig riktigt kan veta om respondenternas svarar helt sanningsenligt på frågorna. Detta kan bero på ett flertal

faktorer. Till exempel kan respondenten känna att hen ”borde” besvara frågan på ett visst sätt istället för att berätta vad hen egentligen tycker. Vetskapen om att svaren på frågorna kommer analyseras efteråt kan även oavsiktligt leda till att respondenten känner press inför hur hen besvarar frågan (Sundström, 2004:16).

Precis som Goffman beskriver i *Jaget och Maskerna* går det aldrig att helt ta sig bakom en persons ”mask”, och det är därmed svårt att alltid få sanningsenliga svar om vad en person egentligen tycker och tänker. Det är först när en person känner sig helt bekväm i en situation som hen kan släppa sin ”mask” och våga vara sig själv (Goffman 1959/2009:103). Detta är något vi hela tiden haft i bakhuvudet i arbetet med våra intervjuer. Vi har strävat efter att hela tiden skapa en trygg miljö och en bra relation mot våra respondenter. Trots att vi är medvetna om det problematiska med självskattningsfrågor hoppas vi att våra förberedelser gav tillräcklig trygghet för våra respondenter för att undvika de största problemen som kan uppstå i arbetet med självskattningsfrågor.

## 7. Resultat

Undersökningen gjordes på tio respondenter, varav fem män och fem kvinnor i åldrarna 20-30 år. Nedan följer kortfattad information om varje respondent:

**Kvinna 1:** 22 år. Arbetar i restaurang, studerar på distans. Följare: 146, Följer: 304

**Kvinna 2:** 22 år. Studerande på högskola. Följare: 146, Följer: 152

**Kvinna 3:** 24 år. Studerande på högskola. Följare: 221, Följer: 166

**Kvinna 4:** 21 år. Arbetar med butikshandel. Följare: 150, Följer: 163

**Kvinna 5:** 20 år. Arbetar som kock. Följare: 164, Följer: 217

**Man 1:** 27 år. Studerande på högskola. Följare: 81, Följer: 77

**Man 2:** 22 år. Arbetar som personlig assistent. Följare: 215, Följer: 55

**Man 3:** 20 år. Arbetar inom Försvarmakten. Följare: 129, Följer: 154

**Man 4:** 23 år. Studerande på högskola. Följare: 408, Följer: 262

**Man 5:** 24 år. Studerande på högskola. Följare: 104, Följer: 114

I citaten från våra respondenter finns meningar där diverse grammatiska fel, talspråk samt svordomar förekommer. Vi ville dock inte censurera, skriva om eller ta bort något som våra

respondenter har sagt då det skulle lett till att känslor eller viktig information gått förlorad. Att ta bort dessa ”fel” hade lett till att intervjuerna inte blivit återgivna på det sätt och med de känslor och äkthet som respondenterna förmedlat i sina intervjuer.

## 7.1 Användandet av Instagram

När det gäller allmänna frågor om användningen av Instagram upptäckte vi att den generella inställningen till applikationen är väldigt likartad både hos kvinnor och män. De fem respondenterna med öppna profiler på Instagram (varav tre var män och två var kvinnor) hade inställningen att de gärna vill dela det som fotats med andra. Två av respondenterna ansåg även att det inte fanns någon anledning att hålla en profil på Instagram privat. Av de övriga fem respondenterna som hade en privat profil (varav två var män och tre var kvinnor) var den generella uppfattningen att de gärna själva ville acceptera vem som följde dem. De flesta av respondenterna med en privat profil kände sig betydligt mer bekväma med att ha kontroll över vem som kan se deras bilder.

Då vi ställde frågan varför respondenterna använder Instagram samt vad Instagram betydde för dem, svarade i princip samtliga att det var ett bra tidsfördriv, trendigt, estetiskt tilltalande, roligt att titta på bilder samt att dela med sig av sina egna bilder. De flesta svarade även att det var ett bra verktyg för att hålla sig uppdaterad på ett underhållande sätt. Ett flertal av respondenterna ansåg även att det var ett bra och roligt sätt att dokumentera minnen på. För ett par av respondenterna handlade det även om ett visst mått av självhävdelse och ett behov av att visa upp saker:

Som jag sa ungefär, ett verktyg för att lägga upp fina bilder liksom. Sådant som man vill dela med sig av. Jag har tänkt mycket på det där, man tänker ju liksom att, kanske att det finns något slags kollektivt intresse, något slags värde liksom att jag delar vad jag har gjort på jobbet idag, om det är något riktigt kul. Men det har det ju egentligen inte alls, jag menar, folk klarar sig ju utan det helt och hållet, så i grund och botten har det nog mer med att göra med självhävdelse liksom, att man vill ha ett erkännande för någonting man gör och man vill gärna att folk ska tycka att det du gör är coolt typ. Så går man ju inte runt och tänker när man lägger upp en bild, men det är nog lite så det är egentligen tror jag. (Man 3)

Kvinna 2 uppgav förutom behovet av att visa upp saker och dokumentera även anledningen att kunna fungera som en inspiration för andra användare:



På något sätt... för att jag många gånger känner något behov av att visa upp saker, inte för att få feedback så mycket utan för att dokumentera för mig själv, det är ju härligt att kunna gå tillbaka tio veckor, tjugo, femtio veckor och kolla vad man har gjort, men också för att visa för allmänheten vad man gör, kunna kanske inspirera om man nu gör det, och få också någon viss feedback också, men det kanske inte är riktigt det man är ute efter eller som är prio ett. Mest för att dokumentera.

(Kvinna 2)

## 7.2 Gillande av bilder

Vi ställde tre frågor till respondenterna för att få en inblick i deras eget beteende när det gäller att gilla bilder. Första frågan handlade om det är viktigt eller oviktigt att få många *likes* på en bild, Här var den generella inställningen bland respondenterna att de inte skulle beskriva det som viktigt. Däremot hade de flesta uppfattningen att de blir glada och att det är roligt att få *likes* på sina bilder. Flera respondenter uppskattade att få många *likes* eftersom de tyckte att det fungerar som ett slags erkännande och bekräftelse på att andra användare sett bilden och att de har lyckats bra med den.

Jaa... alltså det är väl oviktigt i sig för jag bryr mig kanske inte om Instagram så, men det är klart att alla behöver bekräftelse, jag kan inte ljuga och säga att jag inte behöver det, det är klart att det är tråkigt om ingen gillar bilden, men det är verkligen ingenting jag skulle lägga vikt på. Det är klart att det är roligt om folk gillar det man gör eller det man lägger ut. (Kvinna 4)

Det är viktigt, för då vet man ju att folk har sett den. Då får man ju något slags erkännande. (Man 3)

Andra frågan handlade om respondenterna någon gång märkt att de är eftertänksamma med valet av bilder de gillar, samt varför de gillar eller eventuellt skulle undvika att gilla andras bilder. På detta svarade fyra av respondenterna att de inte funderar så mycket över aktiviteten med att gilla bilder. Dessa respondenter gillar bilder som de tycker är roliga eller snygga utan att reflektera så mycket över det.

Man 1 hade aldrig känt sig eftertänksam i sitt val att gilla vissa bilder, och han skulle heller inte undvika att gilla någon bild så länge den stämmer överens med hans personlighet och inte visar

något förnedrande eller rasistiskt. Man 2 funderade heller inte speciellt mycket på sin aktivitet med att gilla bilder, utan tyckte att det berodde på bilden i sig och om han själv tycker den är bra.

Kvinna 4 gillar endast bilder hon anser vara roliga eller fina. Denna respondent följer till störst del dem hon känner på Instagram, men även större bloggare. Trots att hon kan tycka om deras bilder ser hon ingen poäng med att gilla sådana bilder, då dessa personer redan har många *likes* och föredrar då istället att gilla sina vänners bilder. Kvinna 5 beskrev sig också som spontan när hon gillar andras bilder. Om en bild är kul eller snygg gillar hon den vanligtvis. Skulle hon däremot se en bild som hon på något sätt tycker är stötande, opassande eller går över gränsen skulle hon dock undvika att gilla den.

Fyra av de övriga respondenterna har vid något tillfälle upplevt känslan av att vara selektiva när de gillar bilder, just för att det vet att det går att se under följarfunktionen vad folk gillar för bilder.

Man 3 ansåg att det var bilden i sig som avgör om han gillar den eller inte. Han gillar nästan alltid bilder som rör något som intresserar honom eller när vänner som han följer tagit en fin bild eller gjort något roligt. Han skulle inte gilla bilder bara för gillandets skull, eller gilla en specifik persons bilder "tillbaka" bara för att hen gillar hans bilder. Han skulle inte systematiskt undvika att gilla en bild, men tänker sig för eftersom han vet att andra kan se vad han gillar för bilder. Han skulle aldrig gilla en bild där det är uppenbart att en användare lagt upp den bara för att få bekräftelse på sitt utseende. Man 4 var eftertänksam då det gäller att gilla andra användares bilder på grund av följarfunktionen. Han ansåg att andra lätt kunde skapa sig en speciell bild av honom utifrån de bilder han gillar, precis som de bilder han väljer att själv publicera:

Mm, det är jag. Just av den anledningen av att funktionen "följer" finns, där man kan se vad människor gillar för bilder. Jag tänker att lika mycket som man kan se vilka bilder jag själv laddar upp, lika mycket som folk kan få åsikter om mig och mitt val, vad jag publicerar. Lika mycket kan de skapa en bild utifrån mitt val av gillande, om jag har ett särskilt beteende. (Man 4)

Man 5 ansåg att han gillar bilder utefter hur väl han känner personen som lagt upp dem. Om han såg bilder från personer han inte känner ökar genast kravet på att bilden måste vara rolig eller fyndig för att han ska gilla den. Är det personer han känner och gillar som lägger upp en bild spelar inte innehållet lika stor roll.

Kvinna 1 ansåg att hon är relativt avslappnad och inte så eftertänksam när det gäller att gilla eller inte gilla bilder på Instagram. Hon medgav att det någon gång hänt att hon valt att undvika att gilla en bild, just för vetskapen om att folk skulle kunnat se det under följarfunktionen. Enligt henne händer det inte ofta, men ett exempel var om hon skulle gilla bloggerskan Blondinbellas bilder, vilket oftast inte är bilder hon skulle vilja skylta med att hon gillar.

Gillningar är jag nog inte så eftertänksam med. Där kör jag nog bara. Det har väl hänt någon gång att man undviker att gilla en bild, just för att man vet att folk kan se att man gillar de här bilderna fast det tänker jag inte på för det mesta men ja om vi säger att det är något riktigt skämmigt, det händer ju titt som tätt att jag gillar Blondinbellas bilder och det står jag ju inte jättemycket för egentligen, det är ju inget jag vill skylta med, men, nej jag skulle nog säga att jag är ganska avslappnad till just det. (Kvinna 1)

Kvinna 2 berättade att hon är eftertänksam då hon gillar andras bilder. Hon gillar bara bilder från de användare hon verkligen tycker om, och aldrig bilder från kända personer eller bilder där det är uppenbart att avsändaren lagt upp den för att bli känd eller få bekräftelse. Hon tyckte även att det ibland säger mer att inte gilla en bild än vad det gör när man gillar. Enligt henne brukade hon dock inte anpassa bilderna hon gillar efter några sidor hos sig själv som hon vill framhäva. För henne handlade det bara om att hon gillar bilder som speglar hennes personlighet.

...Många gånger tycker jag att, om man inte gillar något, så nästan säger man mer om det än att gilla, vi säger om det är någon som lägger upp något väldigt provocerande, som ändå är positivt provocerande, på något sätt, så om jag väljer att inte gilla det så tycker jag att min röst blir mer hörd, den tysta rösten då. Och jag tänker väldigt mycket. Jag gillar aldrig kända människors bilder på något sätt eller sådär, bara folk jag verkligen tycker om bilderna på. Jag gillar inte saker för att vara snäll. Jag gillar inte det här, folk som lägger upp bilder för att få gillningar eller få bli kända på något sätt. Jag gillar inte folk som hashtaggar, som hashtaggar alldeles för mycket, jag gillar inte folk som lägger upp bilder som, ja men det här går ju alla igenom/alla har det här, då behöver jag inte gilla det känner jag. Så det finns ju ändå regler, men det är ju mer regler bara hos mig själv känner jag. (Kvinna 2)

Kvinna 3 kände lätt irritation inför användare som gillar bilder frekvent. Enligt henne känns det meningslöst om en sådan användare gillar ens bilder, eftersom personen vanligtvis gillar alla bilder som ses. Hon ansåg att man kan lära känna en användare mer som person om användaren i fråga inte vanligtvis gillar allt som publiceras. För denna respondent var det också viktigt att aldrig gilla något hon inte kan stå för. Hon skulle till exempel undvika att gilla bilder som enligt henne kan ses som pinsamma på Instagram, exempelvis från någon av bloggarna hon följer.

På tredje frågan om respondenterna anpassar de bilder de gillar efter vilka sidor de vill framhäva svarade tre av de manliga respondenterna att de aldrig reflekterat över det. Två av de manliga respondenterna tyckte däremot att det kan förekomma omedvetet, genom att de oftast gillar bilder som liknar det de själva brukar ladda upp eller är intresserade av:

Det blir väl lite så, det beror väl lite på vad man tar för bilder själv så, om jag tar väldigt mycket naturbilder kanske jag automatiskt gillar fler naturbilder av någon anledning. (Man 2)

Resonemanget om att undermedvetet gilla det som speglar ens personlighet gick även att hitta hos flera av de kvinnliga respondenterna. Kvinna 1 ansåg att vi fungerar som ett personligt varumärke på Instagram och trodde det var vanligt att anpassa de bilder man gillar efter vilka sidor hos sig själv man vill framhäva:

Ja det gör man nog. Det skulle jag säga att man alltid gör. Man är ju ett varumärke, haha. (Kvinna 1)

Kvinna 5 trodde att det undermedvetna som styr när en människa gillar bilder på Instagram egentligen är en önskan om att det ska se bra ut utifrån:

Nja, alltså egentligen kanske omedvetet lite, någonstans så tror jag nog ändå att det är något undermedvetet som styr för att man vill att det kanske ska se bra ut utåt ändå. (Kvinna 5)

### **7.3 Strategi och arrangemang**

Vi ställde även två frågor angående om respondenterna har någon speciell strategi när de laddar upp bilder samt om de någon gång arrangerar bilder innan de lägger upp dem på

Instagram. Arrangera en bild gör man genom att exempelvis flytta runt eller ordna det man vill fotografera på önskat sätt.

Man 1 hade inte upplevt att han vare sig arrangerade bilder eller använde sig av någon speciell strategi då han laddade upp något på Instagram. Enligt honom har hans bilder snarare ett tema än en strategi. Han ville att hans följare skulle se vad han såg, men sa även att andra kanske hade svårigheter med att förstå de bilder han laddade upp.

Man 2 upplevde heller inte att han hade någon speciell strategi då han laddar upp bilder. Enligt honom tog han många spontana bilder och det gick i vågor hur pass aktiv han är på Instagram. Däremot lade han ned mer tid på arrangemang, detta för att han vill ta så bra bilder som möjligt:

Det tänker man nog lite på mer än annat tror jag, jag vet inte varför, men man vill bara att det ska se jävligt snyggt ut och då blir det ju ofta väldigt tillgjort kanske, men det blir snyggt på bilden och då är jag nöjd. (Man 2)

Man 3 sa att han inte hade någon avancerad strategi när han laddar upp bilder. Däremot brukade han tänka sig för en extra gång innan han laddar upp något. Han drog paralleller till sitt yrke inom försvaret där det händer att han tar en del bilder i arbetet. Enligt honom själv brukar han ställa sig frågan "Vad är det bilden visar och vad vill jag säga med den här bilden?". Han tänker efter innan han laddar upp något, detta trots att han har en privat profil då man inte kan garantera att en tredje part kan se bilden. När det gäller att arrangera bilder svarade respondenten att han till viss del kunde göra det. Han ansåg att man får en chans att vara lite artistisk i vardagslivet men att det oftast händer att han tar bilder utan att arrangera dem innan. Detta trodde han berodde på att han hade erfarenhet av att fotografera med systemkamera och att det är lätt att bli "skadad" av det. Han förklarade att ögat automatiskt letar efter de bilder som redan är arrangerade naturligt på något sätt.

Enligt man 4 handlar Instagram om att kunna lägga upp bilder på det som sker i nuet, och det är också den strategi han försöker hålla i uppladdningen av sina bilder. Respondenten försöker alltid uppdatera något i sitt rätta sammanhang precis där han är eller där något händer. Enligt honom handlar hans strategi inte om att försöka vara rolig eller fyndig, utan om att få med sina egna tankar och ladda upp bilder för sin egen skull. Han berättade även att huvudsaken är att han själv förstår vad han menar med en text eller en bild och att han vill kunna gå tillbaka och kunna se att det är han själv och hans egna tankar som står bakom det han laddar upp. När det gäller arrangemang svarade han att han inte är extremt noggrann med det, men att han vanligtvis inte

tar spontana bilder. Han lägger gärna ner mer tid när det gäller vinklar och liknande för att bilden ska bli så fin som möjligt innan han laddar upp den på Instagram.

För man 5 handlar strategi främst om att vara fyndig i de bilder han lägger upp på Instagram. Att arrangera bilder var enligt honom lite vanligare att han gör:

Det kan jag göra. Säg att jag vill ta kort på en saftflaska som jag dricker ur. Jag tar inte fram flaskan för att jag ska ta en bild men däremot kan jag ställa den i förgrunden och glaset i bakgrunden och så vidare, för att det ska bli tydligare. (Man 5)

När det gällde arrangemang berättade kvinna 1 att hon ibland arrangerar bilder och ibland inte. Om hon exempelvis tar spontana bilder brukar hon alltid ta några stycken åt gången för att ha fler bilder att välja på innan hon laddar upp dem. Hon ansåg inte själv att hon hade en speciell strategi, men tyckte att hon kan komma på sig själv med att undermedvetet anpassa de bilder hon laddar upp på Instagram för att exempelvis framhäva något positivt med en bild:

Jag vet inte om jag har någon genomtänkt strategi direkt, men som du sa på förra frågan att man anpassar vad man gillar eller vad man lägger upp det gör man ju definitivt. Även om man inte direkt tänker på det så kommer man på sig själv med att "det där la du ju upp för att framhäva den sidan"... du framhäver ju bara dina mästerverk, och det är väl egentligen likadant inom alla genrer det där tror jag. (Kvinna 1)

Kvinna 2 berättade att hennes strategi till största del går ut på att ta så fina bilder som möjligt redan från början, trots att exempelvis filter och skuggningar kan förbättra en bild. Hon nämnde att ett filter inte är direkt verklighetstroget, men att det handlar om en form av bekräftelsebehov att lägga upp fina bilder. Även när det kommer till arrangemang ansåg hon att de flesta bilder som syns på Instagram är arrangerade i någon form:

... man vill ju få folk att tro att man har ett så bra liv som möjligt, och det är väl det där bekräftelsebehovet, att man vill ju ha någon som tycker om det man lägger upp. Men också för en själv, till exempel om man har en dålig dag. Om man lägger upp en fin bild så kan man nästan intala sig själv och andra att allting är bra./... Jag tror alla bilder är arrangerade på något sätt. Jag tror att folk som bara tar en bild bara för att, det blir varken en omtyckt bild av allmänheten eller för sig själv, om man

lägger upp till exempel som jag gör mycket på mat, vad man äter och vad man gör, vilka man umgås med så är det mycket sådär ”ställ er på det här sättet, ställ upp maten på ett visst sätt” för att man ska, det är nästan så att maten blir godare, sällskapet blir bättre, av att lägga upp en bra bild. Man intalar sig själv lite tror jag. (Kvinna 2)

Kvinna 3 sa att hon inte brukade arrangera bilder, om hon inte hade som syfte att ta en rolig bild och därför behövde redigera den på något vis. När det gäller strategi tyckte hon inte att hon hade någon, förutom att hon försöker lägga upp roliga bilder. Hon sa att hon inte direkt funderar på att använda sig av en strategi, utan snarare tänker på att försöka bli mer aktiv på Instagram. Kvinna 4 svarade att hon emellanåt kan känna en vilja att lägga upp lite mer “sofistikerade bilder”, men att hon inte trodde att hon hade någon speciell strategi eftersom hon lägger upp mycket blandade bilder. Hon laddar upp det hon tycker är värt att ta kort på och väljer filter med omsorg. Hon berättade även att hon inte brukade tänka så jättemycket på arrangemang, dock kunde det förekomma vid något tillfälle om hon exempelvis skulle ta en bild på en kompis och då frågade om personen var beredd. Hon sa även att hon på bilderna försöker få det att se mysigare ut än vad det egentligen är, men att hon annars inte reflekterar så mycket över arrangemang. Kvinna 5 ansåg att hon inte har någon strategi när hon laddar upp bilder, men att det är ganska vanligt att hon arrangerar bilderna innan hon lägger upp dem på Instagram.

## 7.4 Reaktionen

Generellt sett skiljer sig inte svaren från män respektive kvinnor så mycket då det kommer till reaktioner och bemötande av andras bilder. Balansen mellan jakande och nekande svar är relativt jämn och samma sak gäller på frågorna kring identitetsskapande.

Vi inledde denna del med att fråga om våra respondenter någon gång blivit glada av att se andra användares bilder samt vilken typ av bilder som ger dem positiva känslor. Nästan alla våra respondenter beskrev hur de blev glada av att se bilder då någon de tycker om har åstadkommit något bra. De menade på att man blir lycklig av att se en person man bryr sig om klara av något stort, såsom att få barn eller ta körkort. Man 4 berättar även att han blir glad då han ser tecken på självförtroende hos personen som laddar upp en bild. Det kan handla om att personen inte skäms över exempelvis en sned näsa och kan se sin inre skönhet och dela med sig av den.

Då vi frågade om respondenterna kunde bli nedstämda av en bild som laddats upp fick vi blandade svar. De flesta svarade nej på frågan och det berodde på olika saker, vissa hade tagit aktiva val för att avfölja människor som bidrog till negativa känslor hos respondenterna medan andra fick prestationsångest av träningsbilder eller mådde dåligt av olycklig kärlek som fastnat på bild. Några respondenter svarade även att de kunde bli avundsjuka på bekanta eller vänner som lade upp bilder från fester eller roliga tillställningar:

Framförallt om man sitter hemma en fredagskväll och en hel vecka har planerat att inte göra något och tackat nej till ett event eller händelse och så ser man alla bilder och det ser så jävla kul ut då. Då måste jag vara ärlig och säga att, ja, då kan jag bli nedstämd. (Man 4)

En trend vi märkte av var ogillandet mot så kallade ”matbilder”. Personerna vi intervjuade irriterade sig i hög grad på foton tagna på mat och ansåg att folk som laddade upp den typen av bilder befann sig i fel forum. Kvinna 3 beskriver också hur hon blir nedstämd av fördomsfulla bilder där rasism och homofobiskt innehåll förekommer.

Antalet av de tillfrågade som hade provocerats av en bild var inte högt, män liksom kvinnor svarade i synnerhet nej på frågan. Det som kunde provocera var rasistiska, värdeladdade och skrytiga bilder:

Ja, av folk som är skrytiga och vill visa upp sin tränade kropp. (Kvinna 3)

Träningshets och folk som söker bekräftelse på Instagram var inte populärt bland våra respondenter. Endast två av tio, Kvinna 1 och Man 4, svarade att de hade blivit sårade av något de sett och av intervjuerna att döma så verkade det inte särskilt vanligt. Kvinna 2 svarade att Instagram inte bara bidrar med ett filter till bilderna i sig, utan även är ett filter över hela världen. Det vi ser på bilderna är inte hela sanningen så man ska inte låta sig påverkas negativt av dem. När vi frågade om någon blivit arg av en bild som lagts upp svarade de flesta nej. Det som nämndes var att vissa värdeladdade ord, ogenomtänkta uttalanden och barnbilder kan uppröra:

Rasistiskt innehåll eller när folk lägger upp bilder på sina barn, jag tycker det är opassande att exponera barnen som inte har något att säga till om (Kvinna 3)



Däremot svarade hela åtta av tio respondenter att de blivit irriterade av en annan användares aktivitet på Instagram. Frekvent aktivitet och bilder utan värdefullt innehåll ansågs inte som populärt samt användare som gillar i princip alla bilder som läggs ut. Det ansågs, i synnerhet av Kvinna 3, som inställsamt och oäkta vilket var irriterande. Av de två som svarade nej på frågan (Man 2 och Kvinna 5) så berodde det på att de hade dålig koll på andra användare och inte ägnade någon uppmärksamhet på andras aktivitet.

## 7.5 Identitetsskapande

För att få en inblick i hur våra respondenter såg på identitetsskapande på Instagram ställde vi ett antal frågor som berörde ämnet. Vi ville ta reda på hur människor går tillväga för att bygga upp en bild av sig själva och varför samt för vem de anstränger sig inför.

Till en början frågade vi om respondenterna kände någon form av press på att "leverera" bilder till sina följare. Fem personer svarade nej på frågan, tre hävdade att det berodde på humör eller att det mer handlade om att de ville hålla en relativt hög standard när de väl uppdaterade något. Man 4 och Kvinna 2 svarade ja på frågan och menade på att det var i negativ bemärkelse. Man 4 ville uppfylla sina följares "förväntningar" och ansåg att folk följer honom för att de vill se en viss typ av bilder, därmed ville han inte göra dem besvikna och exempelvis bryta ett mönster eller tema han tidigare hållit sig till. Kvinna 2 ville istället visa sina följare hur lyckligt hennes liv var, även om hon inte gav dem hela sanningen via sina bilder. Det var enligt henne enkelt att lägga upp foton tagna på fina saker eller ur roliga sammanhang, allt för att bevisa hur bra hon hade det.

För att närma oss respondenterna ytterligare frågade vi om det var viktigt för dem hur deras följare uppfattar dem. Svaren var spridda och skiljde sig rejält från varandra. Tre av fem män tyckte inte det var viktigt medan två sa det motsatta - Man 3 och Man 4. De som tyckte att det var viktigt ansåg att det hade betydelse då de inte ville att andra människor skulle ha fel uppfattning om dem:

Det är ju därför man uttrycker sig, för att man vill bli uppfattad på ett visst sätt.  
(Man 3)

Man 4 ville helt enkelt inte att någon skulle skapa sig en felaktig bild av honom på grund av ett foto han laddat upp. De övriga männen trodde sig ha vänner som hade en tydlig bild av dem ändå. Man 2 hade även följare spridda runt om i världen som inte gav så mycket respons, därmed

hade han svårt för att veta om de hade någon speciellt uppfattning om honom. Vår femte manliga respondent svarade:

Inte så, faktiskt. Det är kul när folk förstår min typ av humor. Sen kan jag tycka att det är kul när folk missförstår och tror jag är på ett helt annat sätt än vad jag är. Då ser jag det mer som att jag driver med folk, det kan vara roligt. (Man 5)

Kvinna 5 hade en stängd profil och svarade att det gav henne en anledning till att inte behöva oroa sig, då hon endast godkände vänner som enligt henne själv skulle berätta för henne om hon skulle göra något konstigt. Tre av kvinnorna ansåg det var viktigt att de uppfattades på rätt sätt av sina följare då de inte ville att folk skulle ha en skev bild av dem. Kvinna 4 svarade både ja och nej på frågan, bland annat eftersom att hon visste att hennes följare till stor del består av nära vänner som redan känner till hennes riktiga jag.

Kvinna 1 svarade att hon kunde lägga upp bilder för att imponera på någon. Detta gjorde hon vissa gånger för att imponera på en specifik person medan hon alltid laddade upp bilder för att ”briljera med något”. De övriga fyra kvinnorna svarade nej på frågan. Av männen svarade tre personer att det var viktigt, bland annat för att visa sin musiksmak som man möjligtvis delade med vissa följare. Man 1 och Man 4 svarade att det inte alls var viktigt för dem.

Åtta av våra tio respondenter tenderade till att publicera bilder som framhävde en viss typ av sidor hos dem själva. De som inte gjorde det var Man 2 och Man 4. Den senast nämnde svarade tydligt nej på frågan medan Man 2 sa att han inte visste och berättade att han lade upp väldigt blandade bilder och därmed ansåg att han gav en väldigt spridd bild av sig själv. Av de som svarade ja på frågan trodde majoriteten att i princip alla Instagram-användare gör det.

Jag tror det är samma sak för 99 procent av de som använder Instagram, du vill ju framstå som någon som gör jättemycket saker, som är på coola ställen och som har coola kompisar. (Kvinna 1)

Vi vill gärna visa upp olika intressen eller framhäva positiva sidor hos oss själva, enligt våra respondenter. Enligt Man 5 är det på gränsen till att kokettera, då han bland annat lägger ut bilder som vittnar om vilken typ av musik han lyssnar på. Enligt flera respondenter är detta något som sker omedvetet och ofta när man är på bra humör.

Vi frågade även våra respondenter om de anpassade sitt val i att ladda upp bilder utefter sina följare och fick blandade svar. De som svarade att de tenderade till att göra det menade på att det var många faktorer som spelade in då det gäller *likes*. Taktiker som förekom bland våra respondenter var bland annat att tagga mycket och vara medveten om vilka ens följare är. Man 4 kategoriserade sina följare som *familj, vänner, jobb* och *skola*. Utefter dessa grupper anpassade han sina bilder så att de uppfattades på rätt sätt av respektive kategori. Kvinna 1 anpassade sig eftersom att hon hade låst profil och därmed hade möjligheten till att skraddarsy sina bilder utefter sina följare. Sex av tio respondenter svarade nej på frågan och sa sig lägga upp väldigt blandade bilder med varierat innehåll. Kvinna 3 sa att hon var så pass PK (politiskt korrekt) att hon inte behövde tänka på sådant då hon inte skulle riskera att lägga upp en bild som skulle kunna provocera eller liknande.

För att gräva djupare kring Instagram och identitet så frågade vi om respondenterna trodde att deras identitet kunde förstärkas med hjälp av det sociala mediet. Nio av tio trodde det, varav Kvinna 2 påpekade att bilden även kan bli sned då man faktiskt kan vinkla bilderna och sin identitet hur man vill, ens Instagram-identitet behöver inte överensstämja med verkligheten. Av de som svarade ja förklarade många respondenter hur följare de inte träffar ofta i det verkliga livet lätt kan skapa sig en förstärkt uppfattning om dem. Dessa följare "lär känna" respondenterna genom deras uppladdade bilder:

Allt man gör är ju en förlängning av en själv (Man 5)

Kvinna 4 trodde att vår identitet kan förstärkas med hjälp av Instagram men menade att det sociala mediet Facebook har större inverkan än Instagram då det gäller sådant. Där kan man läsa om en persons intressen och se livshändelser som ger en tydligare bild av en person snabbare än på Instagram.

Ytterligare en fråga vi ställde var om respondenterna tyckte att deras självbild stämde överens med bilden de ger av sig själva på Instagram samt om de ansåg att det var viktigt att de stämde överens med varandra. Nästan alla svarade att de tyckte bilden av dem själva stämde väl överens med den de gav ut, detta berodde till stor del på att de inte ville visa något som de inte kunde stå för eller som inte kunde ses som en förlängning av dem. Man 4 nämnde att bilden han ger av sig själv på Instagram lätt blir kaxigare än i verkligheten då det är lättare att uttrycka sig på internet där man slipper konfrontationer och liknande ansikte mot ansikte. En kvinnlig respondent förklarade:

Nej, eller egentligen på ett sätt ja, eftersom det ändå är privat liksom utåt, men ändå, det är ju inget verkligt. Fast samtidigt så är det jag, men man kan ju ändå vinkla grejer (Kvinna 5)

Angående vikten av att bilden ska överensstämja med ens verkliga jag svarade Man 2 att det var upp till varje individ att själv avgöra. Många svarade att det var viktigt att de stämde överens med varandra för att bilden av en själv inte ska uppfattas som falskt eller oäkta.

Sju av respondenterna svarade att de hade "levererat" bilden de ville av sig själva. Kvinna 2 nämnde att det trots allt hela tiden går att förbättra sig, Man 3 att han ändå inte kände någon press på att leverera utan gjorde det ändå och Man 4 hade slutat med Instagram för länge sedan om han inte hade åstadkommit det han velat vid detta laget. De tre som svarade nej på frågan hade ingen strävan alls eller var inte så aktiva att de kände att de var tvungna till att prestera på något vis.

Då det kommer till att undvika att ladda upp en viss typ av bilder var i princip alla respondenter medvetna om vilka bilder de inte skulle lägga upp. Ett flertal nämnde nakenbilder och "för privata" bilder och menade att de inte skulle lägga upp sådana bilder på Instagram. Festbilder var också riskabelt enligt Man 1, Man 4, Man 5 och Kvinna 5 eftersom att omdömesförmågan sänks med alkohol i kroppen. Om man, som Man 4 förklarar, laddar upp flera festbilder på raken kan detta misstolkas då man oftast inte kollar så noggrant på när bilden är tagen. Då kan bilden av en person bli snedvriden och felaktig. Kvinna 3 berättar att hon inte vill lägga upp något som är för privat eftersom hon känner obehag om någon hon inte känner skulle se exempelvis vilken restaurang hon äter på. Det är tydligt att respondenterna inte lägger upp vad som helst utan att tänka efter:

Oj, det finns ju. man kan väl säga att av fotobiblioteket i mobilen så är det väl ungefär, i runda slängar, 97,6 procent av dem man inte laddar upp (Kvinna 1)

Den enda av våra respondenter som svarade att det inte finns bilder hon skulle undvika att lägga upp var Kvinna 4. Hon menade att hon exempelvis en dålig dag inte fokuserar på Instagram och därmed inte medvetet "undviker" att ladda upp något.

Vår sista fråga i intervjun var om respondenterna någon gång ångrat en uppladdning av en specifik bild på Instagram. Tre män hade ångrat en bild medan två kvinnor hade gjort det.

Kvinna 3 hade laddat upp ”outfit-bilder” vilket hon sedan kom på att hon tyckte var töntigt och raderade dem. Kvinna 2 hade aldrig ångrat sig och berättar att hon sett gamla bilder hon laddat upp och tänkt att hon exempelvis inte såg så bra ut men påpekade att det inte spelade så stor roll, då detta inte påverkar hennes yrkesliv eller framtida karriär. Man 1 hade ångrat sig och även raderat en bild. Han beskrev hur han fotat en vän som somnat på grund av berusning och därefter kommit på att han borde ta bort bilden för att inte gå över gränsen. Man 3 hade också ångrat sig och beskrev att alkohol var inblandat och den tredje som ångrat sig hade laddat upp en nakenbild som för tillfället är kvar då han efter lite ånger tänkte:

... vad gör det om hundra år? (Man 5)

## 8. Diskussion

En av våra flera frågeställningar var bland annat om inställningen till Instagram skiljer sig mellan män och kvinnor. Detta var något som vi, innan de påbörjade intervjuerna, antog att det skulle göra. I efterhand har vi dock insett att män och kvinnors attityder inte skiljer sig åt, åtminstone inte om man utgår från våra tio informanters svar. Vi fann inga större skillnader i deras svar och detta var oväntat från vår sida. Vi antog att vi skulle finna mönster i de svar vi mottog från männen respektive kvinnorna men det vi förväntade oss uppfylldes inte. Detta kan ses som något positivt och möjligtvis ett tecken på att våra könsroller flyter samman mer och mer för varje dag som går. Män och kvinnor känner inte någon press på att svara typiskt ”manlig” eller typiskt ”kvinnlig” och kan uttala sig ärligt utan att behöva gå in i en roll. Resultatet kring skillnader mellan män och kvinnor var därmed intressant och oväntat. En innehållsanalys av Instagram-användares bilder och grad av aktivitet skulle eventuellt ha gett ett annorlunda resultat. För att dra en parallell från vår undersökning till Gauntletts resonemang: män och kvinnor skildrades möjligtvis mer stereotyp i media förr, men i takt med att samhället, människors attityder och medierna utvecklats har även genusrepresentationer i media förändrats över de senaste decennierna (Gauntlett 2008:62). Från detta går det att dra paralleller till resultatet från vår egen undersökning där vi inte fann några större skillnader i svaren som männen respektive kvinnorna gav. Detta kan möjligtvis ses som ett led i den utveckling av nya medier och nya mediepubliker som Gauntlett refererar till.

Frågorna vi ställde angående respondenternas identitet på Instagram samt deras självbild i det verkliga livet gav oss rikliga svar. Vår uppfattning är att majoriteten av respondenterna kände sig bekväma med att öppna upp sig och ge oss sanningsenliga svar. I och med att vi ställde följdfrågor på lämpliga ställen uppnådde vi en teoretisk mättnad. Vi märkte att vissa respondenter upprepade saker som sagts av tidigare respondenter och noterade även att tio respondenter var

ett ultimata antal för vår undersökning. Sammanfattningsvis fick vi ut det vi ville av vår undersökning och våra respondenter något oväntade svar på ett antal frågor gav oss ett intressant slutresultat.

## 8.1 Varför Instagram?

För de flesta av respondenterna var Instagram ett roligt, trendigt och estetiskt tilltalande tidsfördriv. Detta för att för att kunna ladda upp bilder, titta på andra användares bilder samt hålla sig uppdaterad på ett underhållande sätt. För flera av respondenterna var Instagram även ett sätt att dokumentera händelser och fungerade som substitut för ett fotoalbum. Respondenterna delade även uppfattningen om att det oftast är lättsamma, roliga eller snygga bilder som publiceras på Instagram. Nästan alla respondenterna i undersökningen uppgav att de bilder de blir mest glada av att se på Instagram är bilder då någon de tycker om åstadkommer något bra eller klarar av något stort, exempelvis tar körkort eller får barn.

Människor har alltid haft ett behov av att lämna sitt avtryck och dokumentera sina liv. Det är oftast de positiva och glada minnena vi vill minnas och uppmärksamma via våra bilder.

Mendelsson och Papacharissi menar att det vi laddar upp på sociala nätverk alltid finns kvar och bilder fungerar som bevis på att vi existerar och att olika händelser ägt rum i våra liv (Mendelsson & Papacharissi 2011:254).

Många av respondenterna nämnde att Instagram är ett underhållande sätt att hålla sig uppdaterad på. Flera höll med om att det är roligt att se andra användares bilder och ett par av respondenterna beskrev även hur man med hjälp av Instagram kan behålla en form av kontroll och få chansen att ”snoka” i andras liv. Som tidigare nämnt menar Johansson (2002:175) att människor generellt sett har ett behov av att iaktta andra människor. Det är vanligt att vi fascinerar och känner ett behov av att studera andra människor, exempelvis på ett kafé eller på internet. Internet fungerar som vår gemensamma bas som underlättar kommunikation, håller oss uppdaterade och får oss att känna samhörighet (Johansson 2002:173). Vi tenderar att fascineras av andra människors privatliv och många av oss är mer än villiga till att “tjuvtitta” bakom kulisserna. Sociala medier som Instagram bidrar till att vi kan skapa en förlängning av oss själva och fungerar även som en perfekt plattform för att hålla sig uppdaterad på. Vi kan även studera andra människor på ett underhållande sätt, även om bilder oftast inte visar hela sanningen kring personen som står i fokus (Johansson 2002:175).

På Instagram ges en individ möjligheten till att få uppskattning och beröm via det hen laddar upp då andra användare kan gå in och gilla ens bilder. Som Zhao (2010:347) påpekar kan vi via sociala medier få positiv respons och därmed känna att vi bidrar med något. Till exempel så visade vår undersökning att respondenterna inte skulle klassa det som viktigt att få många *likes* på sina bilder, samtidigt som majoriteten höll med om att det var roligt och kändes bra att få respons. Detta fungerade som ett slags bevis på att andra användare ser och gillar ens bilder.

Johansson samt Zhao (et al.) menar även att människan har ett behov av att kunna relatera till och känna sig sammankopplad med andra. För att må bra måste vi få känna oss behövda och viktiga. Motivationen till att använda Instagram som vi kunde se hos våra respondenter går även att koppla till det som Zhao (et al.) beskriver som den *inre motivationen*. Den inre motivationen är det som får oss att göra något för vår egen skull, exempelvis på grund av nyfikenhet eller känslan av att något är roligt (Zhao et al. 2010:347). Den generella uppfattningen vi stötte på hos respondenterna var att Instagram är ett underhållande tidsfördriv samtidigt som det är ett sätt att hålla koll på vad vänner och andra användare gör.

## 8.2 Självbild

Ett par av respondenterna ansåg att Instagram till viss del även handlar om självhävdelse och ett underliggande behov att vilja visa upp saker. Flera av respondenterna uppgav att de känner sig eftertänksamma både när de gillar eller laddar upp bilder och att det i grunden handlar om att skapa en bra bild av sig själv och en önskan om att det ska se bra ut utifrån. Den generella inställningen vi såg hos respondenterna var att de gärna lägger upp bilder som de känner sig nöjda med. Bilderna ska vara underhållande, snygga eller roliga och gärna framhäva det positiva i hur någon är eller sysslar med.

Som tidigare nämnt kan sociala medier ses som ett verktyg som kan användas för att presentera sig själv inför andra. Användaren har, i de flesta fall, dessutom möjlighet att själv styra hur denna presentation ska se ut. Personen i fråga kan bestämma hur mycket eller lite information hen vill delge och kan sen kontrollera presentationen precis som önskat. Genom att exempelvis endast förmedla positiva attribut kan en individ skapa en mer attraktiv presentation av sin identitet (Mendelsson & Papacharissi 2011:252). Detta går även att koppla till Goffmans sätt att se på samhället - som en social arena eller scen där vi alla fungerar som skådespelare som vill göra ett gott intryck på sin publik. För att åstadkomma detta i möten med andra försöker vi styra och kontrollera informationen vi sänder ut. Det är denna information som sedan ligger till grund för vilken uppfattning och vilka intryck andra människor får av oss. (Goffman 1959/2009:25).

Några av respondenterna uppgav att de hade någon form av strategi då de laddar upp bilder på Instagram. Strategierna handlade antingen om att uppdatera kring sådant som händer i nutid, att alltid vara sig själv eller framhäva det positiva genom sina bilder. Att respondenterna arrangerar bilder var betydligt vanligare. Oftast arrangerade respondenterna bilder för att något ska se bättre eller ”mysigare” ut än vad det egentligen är. Att arrangera en bild görs genom att ställa “iordning” det man ska fota för att presentera fotot på ett önskat sätt. Individer som befinner sig i olika sociala situationer väljer oftast att betona vissa karaktärsdrag och dölja andra (Goffman 1959/2009:64). För att tilltala andra i den sociala situationen måste individen tänka på hur den uppträder för att det den vill uttrycka ska framstå som till exempel roligt eller intressant (Goffman 1959/2009:35). Vissa personer som använder Instagram tenderar till att framställa sig själva som bättre än i verkligheten eftersom att de själva styr sin presentation och därmed enkelt kan göra ett gott intryck på sina följare. Det handlar oftast om att en individ vill se bättre ut eller ge sken av att vara en mer spännande eller rolig person än den själv tycker att den är (Goffman 1959/2009:39).

### 8.3 Image

Tre av de manliga respondenterna samt tre av de kvinnliga tyckte det var viktigt hur deras följare uppfattade dem. Anledningen de uppgav var att de inte ville att andra människor skulle få en felaktig eller skev bild av dem. Enligt en av de manliga respondenterna är en anledning till att uttrycka sig genom ett medium som Instagram att man vill bli uppfattad på ett visst sätt. De flesta av respondenterna kände att de levererade en bild av dem själva som stämde överens med deras egen självbild. Anledningen de uppgav till detta var att de inte ville visa eller lägga upp något som de inte kunde stå för eller som inte kunde ses som en förlängning av dem själva. Respondenterna tyckte att det var viktigt att bilden de ger av sig själva inte uppfattas som falsk eller oäkta. När vi möter andra individer kan dennes beteende ge glimtar av vem personen är. Enligt Goffman är det inte ovanligt att det i denna process ibland uppstår missuppfattningar och att en publik tolkar signalerna fel, vilket kan leda till ett missförstånd av hela budskapet. Publiken tenderar ibland till att vara misstänksam mot den verklighet en individ förmedlar, och detta leder i sin tur att de riktar uppmärksamheten mot de felaktiga gester och signaler som en individ kan råka ge. Risker är då att publiken ser på hela uppträdandet som falskt. För att undvika missuppfattningar är det enligt Goffman upp till varje enskild individ att se till att förmedla sådana gester på ett sätt så publiken förstår att de är helt betydelselösa. Trots att en publik kan vara positivt inställd till ett framträdande kan ändå missförstånd och oro uppstå på grund av olika avvikelser i en individs beteende (Goffman 1959/2009:52).



Majoriteten av respondenterna tyckte att deras egen identitet kunde förstärkas med hjälp av Instagram och att det därför är viktigt hur de uppfattas av andra följare som de kanske inte träffar i verkliga livet. Enligt respondenterna lär dessa följare känna dem genom deras bilder istället. Bilderna fungerar på så sätt som en förlängning av dem själva och gör att följarna lätt skapar sig en förstärkt uppfattning av personen bakom bilderna. Precis som respondenterna bekräftade i vår undersökning spelar det för många individer stor roll hur vi uppfattas av andra. Det är viktigt att framställa sig själv på ett sådant sätt att man ger en så positiv bild som möjligt. Genom att framhäva det positiva med hjälp av yttre attribut försöker vi oftast dölja sidor hos oss själva som vi tror kan uppfattas som negativa av vår publik (Goffman 1959/2009:64).

Det var ingen av respondenterna som kände någon direkt press på att leverera bilder till sina följare. Det handlade snarare om att hålla en relativt hög standard på bilderna när de väl uppdaterade Instagram. Det förekom även hos en respondent att han kände andras förväntningar. Antingen för att han kände det vara viktigt att hålla sig till ett speciellt mönster och tema eftersom följarna förväntar sig en viss typ av bilder, eller han inte ville göra dem besvikna genom att bryta sitt vanliga mönster. För en annan av respondenterna handlade det om att visa upp ett lyckligt liv, även fast inte bilder kan ge hela sanningen. Det var enligt henne enkelt att lägga upp foton tagna på fina saker eller från roliga sammanhang för att visa hur bra hon har det. För att dra ytterligare en parallell till Goffman verkar det som att vi människor har svårt för att nöja oss med att bara vara oss själva. Vi tycks ha ett behov av att göra ett gott intryck på vår publik, vilket ibland kan innebära att framställa oss själva så bra vi kan och med så positiva attribut som möjligt. Vi brukar oftast ge sken av att vara mer spännande eller roligare personer än vad vi själva tycker att vi är (Goffman 1959/2009:39).

Enligt Turkle försöker vi via internet oftast förstå och förbättra oss själva så bra vi kan med hjälp av de redskap vi har. Det går att dra paralleller till detta från Instagram. Där kan vi enkelt bygga upp en identitet som ger sken av att vi exempelvis har mycket pengar, utan att behöva anstränga oss alltför mycket. Vi kan till exempel ”checka in” på en dyr restaurang eller en häftig klubb, som kanske egentligen inte hör till de ställen vi vanligtvis går till. Via internet kan vi göra saker vi i verkliga livet inte har möjlighet till att göra, och få andra följare att tro att det hör till verkligheten (Turkle 1995:231).

En manlig respondent nämnde att bilden han ger av sig själv på Instagram tenderade till att bli något kaxigare än i verkligheten. Han menade att det är lättare att uttrycka sig på internet där han slipper konfrontationer och liknande ansikte mot ansikte. Enligt Turkle är det idag lätt att experimentera med olika personligheter via en dator, oavsett om det handlar om att spela en

karaktär på ett community eller om det rör sig om att måla upp en specifik bild av sig själv på Instagram. Alla människor använder internet av olika anledningar. För vissa handlar det om att skapa olika karaktärer, för andra handlar det om att kunna experimentera med olika personlighetsegenskaper och få möjlighet att uttrycka sig på ett sätt som inte är möjligt i det verkliga livet (Turkle 1995:192).

#### 8.4 Att imponera

Några av respondenterna svarade också att de ibland också laddade upp bilder för att imponera på någon, inte alltid för att imponera på en specifik person, men att det snarare handlade om självbekräftelse och för att visa upp eller briljera med något som de gör. Nästan alla respondenterna tenderade till att publicera bilder som framhävde en viss typ av sidor hos dem själva och delade också uppfattningen att i princip alla Instagramanvändare gör det. Det handlade enligt respondenterna om att vi vill visa upp olika intressen eller framhäva positiva sidor hos sig själva och i sina intressen, till exempel genom att visa upp vilken typ av musiksmak vi har. Enligt respondenterna är detta bilder som de laddar upp relativt omedvetet och sker oftast när de är på bra humör eller gör något roligt. När det handlar om sociala medier tenderar människor oftast att framställa sig själva som någon man vill vara. Detta kan ske medvetet eller omedvetet (Mendelsson & Papacharissi 2011:255). Enligt Lampel och Bhalla (citerad i O'Brien, Greaney, Barton 2013:104) är det oftast vårt sökande efter status som driver och motiverar oss till att använda internet. Det finns två typer av status-sökande när vi är online. Den ena då vi fokuserar på att uppvisa en expertis inom ett visst ämne, exempelvis mode eller musik, medan den andra typen handlar om att demonstrera kunskap inom ett flertal områden.

#### 8.5 Metoddiskussion

Sociala fenomen har oftast en grund i subjektiva intentioner och det är något som vi präglas av och bygger upp i tidig ålder. Något vi misstänkte i våra djupintervjuer var att våra respondenter inte vågade eller ville öppna upp sig helt och hållet. Goffman talar som tidigare nämnt om *den bakre regionen* och menar att det är nästintill omöjligt att öppna upp sig helt och hållet för en person som intervjuar en annan. Goffman menar att vi alla spelar teater och kan ha svårt att gå ur karaktären vi spelar på exempelvis våra jobb. Vi gjorde vårt yttersta för att respondenterna skulle känna sig bekväma men den bakre regionen kan alltså vara svår att nå fram till.

Ett vanligt fenomen är att människor, online som offline, har en tendens till att framhäva sina positiva sidor och dölja de negativa. Att lägga energi på att bry sig om vad andra tycker och

tänker om en själv är det många som möjligtvis skulle kunna sticka under stolen med. När det gäller reliabiliteten i vår undersökning så kan detta ha påverkat våra respondenters svar och därmed försämrat kvaliteten i undersökningen. Att våra respondenter inte gav oss svar som stämde till hundra procent är något vi inte kan styra över då vi bland annat gjorde allt i vår makt för att personerna vi intervjuade skulle känna sig bekväma och avslappnade. Detta är något man alltid ska ha i bakhuvudet, det är svårt att komma bakom en människas "mask" och kunna dokumentera exakt vad som försiggår i någons huvud (Goffman 1959/2009:103).

## 8.6 Förslag på vidare forskning

Svaren som mottogs från våra manliga respektive kvinnliga respondenter skiljde sig inte avsevärt mycket. Vi förväntade oss en större klyfta och detta kan möjligtvis vara ett tecken på att samhällets könsroller långsamt suddas ut. Angående vidare efterforskningar kan en utveckling kring detta ämne göras. En större undersökning kan rekommenderas då fler respondenter får komma till tals och därmed ge undersökarna en tydligare bild av vad som skiljer sig och inte mellan män och kvinnor utifrån deras svar. Det finns alltså potential till att utveckla vår undersökning och främst gräva djupare i skillnader och likheter mellan män och kvinnor, detta då vi inte fann några större sådana i vårt resultat.

Det finns även en möjlighet till att undersöka användandet av Instagram ur ett folkhälsoperspektiv. Stress påverkar människan negativt och den potentiella stressen som bland annat Instagram skulle kunna bidra med kan granskas vidare. Unga människor påverkas av medier och ett socialt medium som Instagram skulle kunna bidra till att ohälsosamma ideal och därmed sätta press på användare, bland annat kring deras utseende.

## 9. Referensförteckning

Dalén, Monica (2007). *Intervju som metod*. 1. uppl. Malmö: Gleerups

Esaiasson, Peter., Gilljam, Mikael., Oscarsson, Henrik., Wägnerud, Lena (2007). *Metodpraktikan - Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 3:2. uppl. Stockholm: Norstedts Juridik

Goffman, Erving (2009). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 5. uppl. Stockholm: Norstedts

Haferkamp, Nina., Eimler, C. Sabrina., Papadakis, Anna-Margarita., Kruck, Jana Vanessa. (2012) "Men Are from Mars, Women Are from Venus? Examining Gender Differences in Self-Presentation on Social Networking Sites". I: *CyberPsychology, Behavior & Social Networking*. Mary Ann Liebert, Inc. Vol. 15, No. 2.

Johansson, Thomas (2002). *Bilder av självet: vardagslivets förändring i det senmoderna samhället*. Stockholm: Natur och kultur.

Kvale, Steinar., Brinkmann, Svend (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. 2. uppl. Lund: Studentlitteratur

Mendelson, Andrew L., Papacharissi, Zizi (2011). Look at us: collective narcissism in college student Facebook photo galleries. I: Papacharissi, Zizi (red.) (2011). *A networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge, kap. 12, sid. 251- 273

O'brien, Mary., Greaney, John., Barton, Hannah (2013). Exploring psychological factors for contributing to online recommendation sites. I: Power, Andrew., Kirwan, Gráinne (red.) (2013). *"Cyberpsychology and New Media"*. East Sussex: Psychology Press

Ostbye, Helge., Knapskog, Karl., Helland, Knut., Larsen, Leif Ove (2003). *Metodbok för medievetenskap*. 1:2. uppl. Malmö: Liber

Papacharissi, Zizi (red.) (2011). *A networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge

Trost, Jan (2010). *Kvalitativa intervjuer*. 4., [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Turkle, Sherry (1995). *Life on the screen: identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster

Zhao, Ling., Lu, Yaobin., Wang, Bin., Huang, Wayne (2010). *What makes them happy and curious online? An empirical study on high school students' Internet use from a self-determination theory perspective*. Elsevier: Computers & Education

## 9.1 Elektroniska källor

Alexa: The Web Information Company (2013). *Alexa Top 500 Global Sites*. Hämtad 5 december, 2013, från <http://www.alexacom/topsites/>

Instagram.com (2013). *Instagram FAQ*. Hämtad 17 november, 2013, från <http://instagram.com/about/faq/>

Instagram.com (2013). *Instagram Press*. Hämtad 17 november, 2013, från <http://instagram.com/press/>

Nationalencyklopedin (2013). *Genus*. Hämtad 5 december, 2013, från <http://www.ne.se/lang/genus/181336>

Nationalencyklopedin (2013). *Narcissism*. Hämtad 27 november, 2013, från <http://www.ne.se/lang/narcissism>

Wilhelmsson, Wille (2013). *1,2 miljoner svenskar på Instagram*. Hämtad 22 januari, 2014, från [http://feber.se/webb/art/279294/12\\_miljoner\\_svenskar\\_p\\_instagr/](http://feber.se/webb/art/279294/12_miljoner_svenskar_p_instagr/)

Sundström, Anna (2004). *Självvärdering som metod för att mäta måluppfyllelse via prov* (BVM nr 3). Hämtad 23 januari, 2014, från Institutionen för beteendevetenskapliga mätningar, Umeå Universitet: [http://www.edusci.umu.se/digitalAssets/59/59485\\_bvm-nr-3.pdf](http://www.edusci.umu.se/digitalAssets/59/59485_bvm-nr-3.pdf)

## **10. Bilagor**

### **10.1 Intervjufrågor**

#### **Användandet av Instagram**

Namn?

Ålder?

Kön?

Sysselsättning?

Har du öppen eller privat profil?

Om öppen, finns det en anledning till att du har valt en öppen profil?

Om privat, finns det en anledning till att du har en privat profil?

Varför använder du Instagram?

Vad betyder Instagram för dig?

#### **Gillande av bilder**

Är det viktigt eller oviktigt att få många *likes* på en bild? Varför?

Är du eftertänksam med valet av bilder du gillar? Om ja, av vilka anledningar gillar eller undviker du att gilla andras bilder?

Anpassar du de bilder du gillar efter vilka sidor hos dig själv som du vill framhäva?

#### **Strategi och arrangemang:**

Vilken strategi har du då du laddar upp bilder på Instagram?

Arrangerar du bilder innan du laddar upp dem på Instagram?

#### **Reaktioner:**

Händer det att du blir glad av olika skäl på grund av bilder som läggs ut?

Vilken typ av bilder ger dig positiva känslor?

Händer det att du blir nedstämd av olika skäl på grund av bilder som läggs ut?

Vilken typ av bilder ger dig negativa känslor?

Har du någon gång känt dig provocerad av en bild? Om ja, varför?

Har du någon blivit sårad av en bild du sett på Instagram?

Känner du någon form av press på att “leverera” bilder till dina följare?

Har du någon gång blivit arg på grund av en bild du sett på Instagram?

Har du någon gång känt dig irriterad över någon annan användares aktivitet på Instagram?

### **Identitetsskapande:**

Är det viktigt för dig hur dina följare uppfattar dig? Om ja, varför?

Brukar du publicera bilder för att imponera på någon?

Tenderar du att framhäva somliga sidor hos dig själv genom de bilder du publicerar?

Anpassar du valet i att ladda upp en bild utefter vilka personer som följer dig? (Till exempel utefter vilka följare du interagerar mest med?)

Tycker du att din identitet kan förstärkas med hjälp av Instagram?

Tycker du att din självbild stämmer överens med bilden du ger av dig själv på Instagram? Är det viktigt att de stämmer överens med varandra?

Känner du att du har “levererat” den bild av dig själv som du strävar efter?

Finns det vissa bilder du undviker att ladda upp? Om ja, vilken typ av bilder?

Har du ångrat uppladdning av en specifik bild på Instagram någon gång? I sådana fall, varför?