

Social stereotypisering på sociala medier

En kvalitativ studie om hur män tolkar kvinnliga stereotyper på Instagram.



Kandidatuppsats av Olivia Ahlqvist.
Medie- och kommunikationsvetenskap vid institutet för
mediestudier vid Stockholms universitet VT 2017.

Abstract / Sammanfattning

Tidigare studier av (Bailey et al, 2013) beskriver att vanligt förekommande är: kvinnor som söker uppmärksamhet från män, genom att lägga upp sexualiserade bilder av sig själva på sociala nätverksplatser. Med detta sagt hade forskarna som mål att öka förståelsen för hur unga kvinnor tolkar dessa kvinnors stereotypiska självrepresentationer på Facebook (ibid). Till följd av ett intresse för studien ville jag ta reda på hur istället *män* får erfara kvinnliga stereotyper på sociala nätverksplatser. Syftet med min undersökning var således att utforska hur kvinnliga stereotyper på Instagram kan förstås. Forskningsdeltagarna i min studie var totalt 10 män uppdelade i semistrukturerade fokusgrupper. Teman och stimulimaterial valdes ut efter de kännetecken som Baileys studie menar att denna stereotypiska kvinnliga självrepresentation innefattar (Bailey et al, 2013). Resultatet visade bland annat att männen betraktade den kvinnliga självporträtteringen som oäkta och tolkade den som ett sätt för kvinnor att övertyga andra och sig själva, om att de lever åtråvärda liv. Det fanns även en enighet om att självporträtteringen är typisk för just kvinnor. Åsikterna var varierande i den yngre och äldre gruppen om huruvida det är fördelaktigt eller ej med denna typ av kvinnliga instagramprofiler när de är öppna för allmänheten. Samtliga män i den yngre gruppen, menade att en kvinna med en stängd profil är mer åtråvärd. Detta på grund av att det visar att personen i fråga inte är lika beroende av vad andra tycker. En äldre forskningsdeltagare menade istället raka motsatsen. Det vill säga att en stängd profil med samma innehåll tyder på osäkerhet och rädsla för potentiella elaka kommentarer från allmänheten. Utifrån svaren blev det tydligt att det fanns några återkommande teman i resultat och analys, vilka var: äkthet, normativitet och påverkan.

Nyckelord

Stereotypisering, social identitet, socialkonstruktionism, Instagram, sociala medier.

Innehållsförteckning

Abstract / Sammanfattning	2
Nyckelord	2
Innehållsförteckning	3
1. Inledning	4
1.2 Tidigare forskning	5
2. Teori	10
2.1 Socialkonstruktionism	10
2.2 Stereotypisering	11
2.3 Social identitet	11
3. Metod och material	12
3.1 Urval / Deltagare	12
3.2 Genomförande av metod	13
3.3 Analysmetod	14
3.4 Reliabilitet och validitet	14
3.5 Forskningsetik	15
3.6 Val stimulumaterial	16
4. Resultat och analysredovisning	18
4.1 Tillsammans med en romantisk partner	18
4.2 Sexualiserade och glamourösa bilder	20
4.3 Kompis och festbilder	21
4.4 Stereotypiskt kvinnliga bilder	24
4.5 Öppen / stängd profil	25
4.6 Genusbetraktelser	25
5. Slutdiskussion	29
5.1 Jämförelser med teorier och tidigare forskning	30
5.2 Vetenskapligt bidrag	34
5.3 Samhällsrelevans	34
5.4 Etiska aspekter av resultaten	34
5.5 Problem med den egna studien	34
5.6 Förslag till fortsatt forskning	35
6. Litteratur och källförteckning	36
7. Bilagor	38

1. Inledning

I denna studie kommer jag att undersöka hur social stereotypisering fungerar i en kontext av tidigare forskning kring stereotyper online. För att förtydliga ligger intresset i - hur vi människor stereotypiserar varandra. Idén till undersökningen väcktes efter att jag läst undersökningen av (Bailey et al, 2003) *Negotiating With Gender Stereotypes on Social Networking Sites: From "Bicycle Face" to Facebook*. I den utgår forskarna från tidigare studier om kvinnliga stereotyper online. Studierna beskriver att det är vanligt förekommande att kvinnor söker uppmärksamhet från män genom att lägga upp sexualiserade bilder av sig själva på sociala medier (Bailey et al, 2013). Det Baileys forskning gick ut på var följaktligen att söka svar på, samt öka förståelsen för vad dessa stereotypiska kvinnliga representationer skapar för mening för unga kvinnor som stöter på dem dagligen (Bailey et al, 2013). Min forskning kommer att ha sin grund i Baileys studie, men jag kommer även att titta på annan tidigare forskning kring kvinnliga självrepresentationer på sociala medier.

Våra tankar och åsikter är inte bestämda av naturen utan konstruerade av våra tidigare erfarenheter, kulturella bakgrunder m.m. (Alvesson & Sköldberg, 2008). Således finner jag det viktigt att kritiskt ifrågasätta varför vi tolkar saker och ting på ett visst sätt, i detta fall kring just stereotypiska självrepresentationer på Instagram.

Syftet med undersökningen är att undersöka hur kvinnliga stereotyper på Instagram kan förstås. Utifrån detta är mina frågeställningar:

- *Hur tolkar män i åldrarna 23-44 kvinnliga stereotyper på Instagram?*
- *Skiljer sig sättet att tolka kvinnliga stereotyper på Instagram och Facebook av män från min studie jämfört med kvinnor från Baileys (m.fl.) studie och i så fall hur?*

1.1 Avgränsning

Baileys kvalitativa metod innefattade sex stycken semistrukturerade intervjuer på 60 minuter vardera samt en fokusgrupp bestående av 8 unga kvinnor, även denna på 60 minuter (Bailey et al, 2013). Åldersspannet för de kvinnliga forskningsdeltagarna var 18-22 år. För min forskning valde jag istället att utföra två stycken semistrukturerade fokusgrupper, 40 minuter respektive bestående av män i åldrarna 23-27 samt 32-44. Bailey skapade dessutom en kvinnlig fiktiv Facebook-profil med benämningen ”TS” som stimulimaterial för sin undersökning. Jag valde istället ut 13 stycken bilder från ett mycket välkänt kvinnligt instagramkonto där kvinnan i fråga har en stor följarskara. Självporträtteringen i utvalda bilder / teman stämmer överens med den beskrivning av en stereotypisk kvinnlig representation online som (Bailey et al, 2013) belyser i sin undersökning. Denna kommer att beskrivas mer ingående i följande kapitel. Jag kommer främst att basera min analys och slutdiskussion på tre olika teman från Baileys studie. Även dessa kommer att beskrivas i avsnittet: tidigare forskning.

1.2 Tidigare forskning

Studien av Bailey et al (2013) beskriver att sociala medier erbjuder nya former för kvinnor att framträda offentligt. I samband med detta får de en chans att ta kontroll över mainstream media och konsumentkrafter, och därmed omvandla den sociala konstruktionen av: ”vad det innebär att vara en kvinna”. Trots detta har det visat sig att en stor andel kvinnor som är aktiva på sociala medier i själva verket inte motverkar traditionella genus och könsföreställningar. I Baileys studie beskriver forskarna att stereotypiska representationer fortsatt förekommer på kvinnors sociala nätverksplatser (Bailey et al, 2013). Nedan presenteras tre delar från deras resultat - *romantiserade partnerbilder, sexualiserade och glamouriserade bilder samt fest och kompisbilder*.

På bilder där TS porträtteras tillsammans med en romantisk partner, menade forskningsdeltagare att hon vill att andra ska se bilderna och tänka: Det där är en perfekt tjej med ett fulländat kärleksliv. Det fanns i samband med detta en tolkning om att TS strategi är att högfärdigt visa upp sin pojkvän i hopp om att det ska ge henne en högre social status. Intressant var också att vissa gruppdeltagare menade att kvinnor är mer benägna än män att lägga upp bilder på sig själva tillsammans med sina partners, och att män snarare lägger upp bilder enbart på sina flickvänner. Detta betraktades vara ett resultat av att det är viktigt för just kvinnor att visa för andra att de är eftertraktade. Kvinnorna beskrev också att män sällan delar med sig av sina relationer på sociala medier, men för kvinnor är en relation med en man

snarare det som definierar dem (Bailey et al, 2013).

Gruppdeltagare från studien beskrev även att kvinnor bedömds hårdare än män för hur de väljer att porträttera sig själva online. Ett exempel som gavs var att om istället en man hade bilder på sin flickvän på Facebook så hade sättet att betrakta profilen varit mer okritisk. En kvinna beskrev att eventuella kommentarer hade i detta fall kunnat vara: Han är så söt som postar en bild med sin flickvän på sociala medier, han måste vara så kär i henne (Bailey et al, 2013:102).

TS bilder ansågs också vara väldigt sexualiserade. Gruppdeltagare beskrev att kvinnor lägger ut dessa typer av bilder avsiktligt för att andra ska bekräfta deras sexighet. En kvinna beskrev TS med skällsordet ”slampa” till följd av att merparten av hennes konto innehöll antingen halvnakna bilder eller där hon hängde över en man. Andra menade att bilderna signalerade antingen självförtroende eller skryt (Bailey et al, 2013:103). Kvinnorna menade likväl att det tyder på osäkerhet att lägga ut bikinibilder på sig själv online och att det är något som kvinnor gör för att försöka bevisa något för omvärlden. Det fanns även gruppdeltagare från studien som kritiserade det faktum att de sexualiserade och lättklädda bilderna är tillgängliga för vem som helst (Bailey et al, 2013:103).

Andra uppfattningar var att kompis och festbilderna från TS profil är typiska för en person som vill bygga en bild av sig själv som en ”party girl”. Flera hävdade att festbilder är destruktiva då det kan medföra en ansvarslös stämpel och således förstöra personers framtida karriär (Bailey et al, 2013:104). Gruppdeltagare menade i samband med detta att vanligt förekommande är att kvinnor porträtterar sig själva på fest och socialiseringsbilder, som ett resultat av en medierad kändislivsstil. Detta med tanke på att ett socialt liv med roliga fester är något många tjejer eftersträvar. Bilderna beskrevs även vara typiska för kvinnor som önskar visa upp en bild av sig själva på det sätt de önskar bli betraktade av andra (Bailey et al, 2013).

Slutsatserna är att de kvinnliga forskningsdeltagarna visade ett normativt och könsdiskriminerande förakt mot den kvinnliga självporträtteringen på Facebook (TS). Detta främst på grund av att hon kritiserades för att offentligt skildra sin sexualitet. På ett diskriminerande sätt menade kvinnorna att det är olämpligt för kvinnor att exponera sig och vara för publika i offentliga sfärer. Å andra sidan visade det sig likväl att det var svårt för gruppdeltagarna att komma överens om huruvida den stereotypiska representationen var

positiv eller negativ. På ett uppskattande sätt menade några exempelvis att denna den framkallar popularitet och social framgång (Bailey et al, 2013).

Vad som inte undersöktes i Baileys forskning var dels: vad de stereotypiska kvinnliga representationerna på sociala medier skapar för mening för män. Andra faktorer som inte utforskades var ifall äldre kvinnor skulle tolka den stereotypiska representationen av kvinnor på samma sätt som Baileys yngre gruppdeltagare. Man undersöker inte heller huruvida det kan finnas olika sätt att tolka kvinnliga stereotyper online beroende på kulturell och etnisk bakgrund.

Malin Svenningsson (2005) är en annan forskare som har undersökt ungdomars köns och identitetsarbete på internet. Svenningsson gjorde andra upptäckter än (Bailey et al, 2013). Forskningen gick ut på att analysera män och kvinnors självrepresentationer på internetfenomenet: Lunarstorm. Detta internet community användes av många ungdomar under år 2002. Under den period då Lunarstorm var som störst publicerades en del artiklar som redogjorde för hur unga kvinnor blev uppmanade att ställa upp på sexualiserade bilder. Detta mynnade ut i en debatt huruvida dessa kvinnor framställde sig på nätet, och många vidmakthöll att de publicerade sexuella bilder på sig själva online (Svenningsson, 2005).

Studiens ändamål var att undersöka huruvida kön och sexualitet skildras på ett stereotypiskt sätt på nätet, eller ifall online verksamhet istället skapar möjligheter för alternativa uttryck (Svenningsson, 2005). Resultatet visade att Lunarstorm som mötesplats frambringade nya möjligheter för unga att utveckla sina identiteter. Plattformen gav även individer chansen att utforska och undersöka sin sexualitet. Det visade sig till exempel att män var relationsinriktade och mer benägna att uttrycka sig och dela med sig av sina romantiska sidor än vad som förmodats (Svenningsson, 2005).

Det Svenningsson inte lyfte i sin undersökning var exempelvis huruvida hennes resultat skulle kunna appliceras på andra sociala nätverksplatser än Lunarstorm idag (som på exempelvis Facebook och Instagram). Med tanke på att studien är 13 år gammal så finns det likväl skäl att ifrågasätta ifall upptäckterna skulle bli desamma idag.

Även Lupinetti (2015) har skrivit om kvinnliga stereotyper på sociala medier. I sin masteruppsats lyfter hon en teori kopplat till kvinnors självrepresentationer på Instagram. Det som beskrivs är att människor vill sprida önskade intryck om sig själva till andra och väljer utifrån det ett sätt att framställa sig själva på Instagram. Syftet med studien var att undersöka hur kvinnor som intresserar sig för sport och fritid porträtterar sina liv och intressen på Instagram. Lupinettis resultat indikerar på att fenomenet används för att ge motivation, kunskap och feedback till kvinnor med likande intressen. Resultatet visar även att kvinnor som själva har denna typ av konton ser sig själva som förebilder för andra kvinnor som strävar efter att få bättre självbilder (Lupinetti, 2015).

Andra forskare som undersökt kvinnliga stereotyper online är Ursula Oberst m.fl. (Oberst et al, 2015). Resultatet av deras studie är baserad på en undersökning om unga kvinnors Facebook-användning. Forskarna menar att sociala medier är en plattform för individer att bygga upp en bild av sig själv på det sätt de vill betraktas av andra, vilket också är en del av upptäckterna från både Baileys och Lupinettis forskning (Bailey et al, 2013 och Lupinetti, 2015). I samband med detta beskriver dem att självrepresentationer på nätet förskönas och att framförallt unga kvinnor pressas från olika håll till att visa upp en särskild bild av sig själva. Detta menar (Oberst et al, 2015) kan ge en negativ effekt på framförallt kvinnors psykiska välbefinnande.

Studiens forskningsrepresentanter fick besvara frågor på huruvida de betraktade sig själva som könsstereotyper samt hur de framställer sig själva på Facebook. Resultatet visade dels på att kvinnor tenderar att porträttera sig på ett mer könsstereotypiskt sätt online än män. Man fann även att förskönade självrepresentationer och hög Facebook-användning påverkar människors välbefinnande negativt (Oberst et al, 2015).

En sista tidigare forskning framställs av (Alperstein, 2015) som studerar hur kvinnors kroppsbild och självkänsla påverkas av sociala nätverksfenomen. Alperstein ställer sig frågan vad som händer när kvinnor betraktar idealiserade bilder på andra kvinnor online som de jämför sig själva med. I undersökningen blev en ett antal kvinnor ombegagna att betrakta idealiserade kvinnliga bilder på internetplattformen Pinterest och följaktligen jämföra skildringarna med sina egna liv (Alperstein, 2015). Resultatet visade att det både fanns en önskan att efterlikna den porträttering som visades men likväl ett förakt för att bilderna ofta skildrar vit, övre medelklass. Andra upptäcker var att det fanns en känsla av uppgivenhet hos

de kvinnliga gruppdeltagarna till följd av att de kände sig oförmögna att nå upp till det som skildrades. Alperstein menade att detta kan leda till depression och en känsla av hopplöshet (Alperstein, 2015).

Som en kort sammanställning av forskningsläget kring tidigare studier om kvinnliga stereotyper online, så kan vi se att upptäckterna behandlar individers känslor. För att förtydliga: vad denna typ av bilder och självporträttering framkallar för typ av känslor hos kvinnor som beskådar dem. Det som genomgående framkommer i samtliga forskares resultat är följaktligen, att det ideal som visas upp påverkar kvinnors välbefinnande destruktivt. Dock så har inte forskarna tagit män i beaktning varken som forskningsdeltagare eller som forskningsobjekt. Detta med undantag från Svenningsson vars studie involverade män som forskningsdeltagare, något som såldes präglade resultatet.

2. Teori

Med anledning av att min studie behandlar människor och att ämnet *social stereotypisering på sociala medier*, har jag valt att använda mig av tre sociologiska teorier. Den första teorin är socialkonstruktionism. Motivet till valet av denna teori, är att den belyser att vi människor tillsammans har konstruerat det samhälle vi lever i. Som ett resultat av detta utformar vi även våra fasta föreställningar om andra människor (Alvesson & Sköldberg, 2008) - vilket kan kopplas till social stereotypisering. Den andra teorin är stereotypisering. Jag vill mena att teorin är relevant för studien på grund av att det är en stereotypisk representation som skall undersökas. Till sist har jag valt att använda mig av social identitet. En beskrivning av teorin är att våra identiteter påverkas positivt av att tillhöra en viss eller vissa typer av grupper (Hinton, 2003). Jag vill hävda att självporträttering på sociala medier är direkt kopplad till denna teori till följd av att, beroende på hur porträtteringen uppfattas av andra, kan den antingen medföra en fördelaktig eller ogynnsam social identitet. I och med valet av just dessa teorier vill jag framhålla att jag har valt bort andra som skulle kunna vara relevanta för min studie (exempelvis genus och / eller autenticitet). Nedan följer en mer utförlig beskrivning av de tre olika teorierna som ligger till grund för undersökningen.

2.1 Socialkonstruktionism

Socialkonstruktionism betyder att vi människor lever i ett samhälle som vi tillsammans har konstruerat (Alvesson & Sköldberg, 2008:82). Poängen med Socialkonstruktionism kan vidare beskrivas som följande: *"Socialkonstruktionistiska texter börjar genomgående med något som uppfattas som självklart, en förgivettagen sanning"* (Alvesson & Sköldberg 2008:83). Meningen med teorin är att därefter reformera denna självklarhet genom att visa att saker och ting inte alls behöver vara som det är. Något som det till synes är för närvarande är inte bestämt av naturen (Alvesson och Sköldberg, 2008:83). I samband med detta betonas även begreppet "institutionalisering". Begreppet beskrivs som: en gemensam typifiering vi människor gör som ett resultat av att vi agerar, tycker och tänker på ett specifikt sätt på grund av vanor. I det som vidare benämns "institutioner" så förutsätter människor att en viss typ av handling genomförs av en viss typ av aktör. Följaktligen konstruerar vi olika typer av roller för andra och för oss själva, dessa roller blir endast verkliga när vi människor gör dem det (Alvesson & Sköldberg, 2008:86-88).

2.2 Stereotypisering

Stereotyper beskrivs som: ”*En grupp människor känns igen på en viss egenskap*” (Hinton, 2003:12). Processen börjar med att vi identifierar varandra, vilket betyder att vi skiljer en grupp individer från mängden vad gäller en viss egenskap. Därpå applicerar vi yttre egenskaper på gruppen. När vi slutligen har noterat att en individ har en egenskap som stämmer överens med / identifierar en specifik grupp, så tillskriver vi personen de stereotypa karaktärsdragen (Hinton, 2003). Stereotypisering-processen är generaliserande, vilket medför att de stereotyper vi skapar är falska. Ingen hänsyn tas till individuella skillnader. Följaktligen så formas en inkorrekt verklighetsbild som är svår att förändra. Att ha ett stereotypiskt tänkande leder till större klyftor och framförallt förutfattade meningar om andra människor (Hinton, 2003:13-15). Stereotyper är också kopplade till våra vardagliga uppfattningar om människor och händelser men också till fördomar samt diskriminering (Hinton, 2003).

2.3 Social identitet

Vad som fastställer vår sociala identitet är de kategorier / grupper vi ingår i. Detta kan handla om vad för vilken roll vi har i samhället, om vi exempelvis är kvinna eller man. Vår sociala identitet har en fördelaktig inverkan om vi har en privilegierad grupptillhörighet. Med det sagt är teorin social identitet direkt sammankopplad till stolthet. Det finns två typer av grupper – egengrupper (vilka vi tillhör) och främlingsgrupper (de vi inte tillhör). Egengrupper favoriseras medan främlingsgrupper diskrimineras. I takt med detta så betraktas främlingsgrupper som mer lika än vad de egentligen är, på grund av att skiljaktigheterna inom gruppen inte beaktas. Det är vi själva som konstruerar uppfattningar om vilken eller vilka grupper som är avvikande och samtidigt mer privilegierad än andra. Detta på grund av att det ger oss en fördelaktig social identitet. Till sist, när vi betraktar egengrupper som fördelaktiga gentemot främlingsgrupper så bygger vi upp en föreställning om att: ”*Vi är bättre än dem*” (Hinton, 112-113:2003).

3. Metod och material

Den metod jag har valt är den semistrukturerade fokusgruppmetoden. Anledningen till valet är att metoden går ut på att undersöka människors föreställningar av världen och således hur individer konstruerar mening (Kvale, 1997:117). Flera anledningar till att jag fann metoden passande var att fokusgrupper till stor del används för att studera människors uppfattningar, värderingar och attityder kring ett ämne.

Under självaste intervjutillfället handlar det om att som gruppdeltagare dela med sig av sina personliga upplevelser och åsikter kring det specificerade fenomenet. Mellan intervjudeltagarna sker ett samspel som kan leda till oplanerade och emotionella yttranden om det ämne som är i fokus (Kvale, 1997:97).

Intervjun leds av en moderator (samtalsledare) som inleder diskussionen och introducerar underlaget till gruppdeltagarna. Den spelas in, avlyssnas och transkriberas därefter av samtalsledaren (Wibeck, 2000:11).

3.1 Urval / Deltagare

För att rekrytera gruppdeltagare till mina två fokusgrupper använde jag mig av uppsnappingsurval. Detta innebär att deltagarna fick förfrågan att delta på den plats där intervjun skall äga rum. Den första intervjun höll till på institutionen för mediastudier på Stockholms universitet, och den andra på reklambyrån / kommunikationsbyrån där jag arbetar. De män som överensstämde med de ålderskriterier jag sökte för gruppintervjuerna fick förfrågan att delta. Den första gruppen var mellan 23-27 år gamla, och den andra mellan 33-44. Motivet till att välja två olika åldersspann var för att se ifall svaren skulle bli liknande eller skilja sig åt beroende på de två grupperna. Dock så vill jag belysa att inga slutsatser kan dras *endast* utifrån ålder. Det finns flera faktorer som exempelvis etnicitet, kulturell bakgrund och klasstillhörighet, vilka kan betydelse för hur svaren ter sig. Jag fann det fördelaktigt att välja personer som jobbar med media och kommunikation samt studenter inom området. Detta på grund av ett antagande att dessa säkerligen är vana vid att tolka och analysera mediala bilder och texter. En grupp som har sämre insikt media och kommunikationslandskapet hade möjligen inte kunnat ge lika välformulerade och intressanta svar. Detta är något som jag tänker eventuellt skulle frambringat ett likgiltigt resultat

Enligt Wibeck (2000) ska inte Fokusgrupper vara för stora, då det kan medföra svårigheter i att bibehålla samtligas uppmärksamhet, samt att materialet kan bli för brett och svårt att analysera. Gruppdeltagarna ska inte heller vara för få, då analysmaterialet kan bli för tunt (Wibeck, 2000:60-61). Till följd av detta så valde jag att rekrytera fem deltagare för respektive grupp. Vid urvalet var det en självklarhet att välja homogena grupper på grund av att gruppdeltagarna har samma erfarenheter och intresseområden, vilket kan leda till ett närmare samförstånd när det kommer till att delge åsikter om ett visst ämne (Wibeck, 2000:63).

I senare resultat, analys och diskussion kommer de olika grupperna benämnas: grupp A – som är yngre – samt grupp B som är äldre.

3.2 Genomförande av metod

Innan studiens genomförande så formades en intervjuguide med två stycken introduktionsfrågor samt sex huvudfrågor. De första två frågorna var identiska med de frågor (Bailey et al, 2013) i sin forskning ställde sina kvinnliga intervjudeltagare. Jag valde att använda mig av semistrukturerade fokusgrupper för att få så fria och avslappnade diskussioner som möjligt. Alldeles för ostrukturerade intervjuer kan leda till att gruppen hamnar för mycket utanför den givna frågan / ämnet (Wibeck, 2000:63). Det visade sig därför vara en stor fördel att ha många färdigformulerade frågor samlade i en intervjuguide. När jag upplevde att gruppdeltagare hamnade för långt ifrån huvudämnet, kunde jag enkelt ställa en ny fråga.

Materialet spelades in med en Iphone 7 och inspelningarna landade på cirka 40 minuter vardera. Varje intervjutillfälle avslutades med att gruppen själva fick möjligheten till att ställa öppna frågor. Materialet transkriberades i anslutning till intervjuerna för att hålla minnet så färskt som möjligt. Det som gick bra med respektive intervju var att gruppdeltagarna verkade vara väldigt avslappnade och trygga, vilket jag tror medförde ärliga svar. Det fanns dessutom ett stort engagemang och intresse kring ämnet i sig vilket gav en bra diskussion. Det som gick mindre bra, var att i den äldre gruppen tog två av fem mer plats än de övriga. Resultatet kanske skulle sett annorlunda ut ifall dessa tre hade fått mer talutrymme under intervjun.

3.3 Analysmetod

Som analysmetod för studien valde jag att använda mig av tematisk analys, vilket innebär att det material som samlas in organiseras och struktureras utifrån olika teman (Widerberg, 2002). Valet av metod var självklar och mina ledmotiv likaså, med tanke på att jag utgick från tre stycken redan befintliga teman ur Baileys (m.fl.) forskning om kvinnliga stereotyper online.

3.4 Reliabilitet och validitet

Wibeck (2002) beskriver reliabilitet: *"Forskare oberoende av varandra ska komma fram till samma resultat när de studerat ett material"* (Wibeck, 2002:143). Dessa forskare ska även kunna finna ett överensstämmande resultat oberoende av tidsspann. Essentiellt är också att analyser kan styrkas. För detta behövs ett passande datainsamlingsmaterial och en grundlig redovisning. Det problematiska med detta är att individer gärna utgår ifrån det de själv tycker verifierar deras egna ställningstaganden och skyr därmed sådant som inte passar in i den bild av vad personen i fråga tyckts ha sett, menar Wibeck. Som lösning på detta är det bra att ha ytterligare en person som kan göra en bedömning av materialet (Wibeck, 2002:143-144).

Wibeck (2002) menar att validitet undersöker trovärdigheten i de tolkningar som görs i samband med observationer i en forskning. Trovärdigheten i en fokusgrupp kan bli svävande ifall gruppdeltagarna exempelvis inte känner sig trygga med att uttrycka sina verkliga åsikter och / eller påverkas för mycket av andras sätt att svara. I vissa fall kanske deltagarna inte yttrar mer än vad som innefattar kollektiv acceptans och utesluter således icke önskvärd fakta. Detta behöver dock inte vara negativt då studiens syfte kan möjligen innefatta studier kring vad som är just kollektivt accepterat i en specifik grupp om ett visst fenomen. Något som kan försvaga validiteten är också *var* man väljer hålla fokusgruppsintervjun. Om den hålls på en plats där deltagarna inte känner sig bekväma så kan det hämma diskussionen. En sista faktor som kan vara bra att ha i åtanke är att ålder och kön på samtalsledaren kan påverka validiteten (Wibeck, 2002:144-145).

En kritik av mitt val av metod och dess reliabilitet är att det är svårt att svara på ifall gruppdeltagarna för min studie skulle ge samma svar på frågorna ifall moderatorn exempelvis var en man eller en okänd kvinna. Att vara kvinna och moderator i en grupp bestående av enbart män, kan likaså säkerligen vara ofördelaktigt vid den här typen av forskning. Särskilt i detta fall med tanke på att intervjun gick ut på att kommentera bilder på en lättklädd kvinna.

Gruppmedlemmarna kan således ha varit restriktiva med sina svar för att undvika efterkommande, potentiell kritik utifrån ett feministiskt eller könsdiskriminerande perspektiv.

Något annat som möjligtvis skulle kunna ha påverkat reliabiliteten och validiteten (på både gott och ont) är det faktum att en grupp var studiekamrater och den andra gruppen arbetskollegor. Fördelen med detta kan ha varit att samtliga kände sig mer avslappnade och trygga med mig som moderator och faktiskt kunde uttrycka sanningsenliga tankar kring bilderna vilket i så fall är något som skulle stärka validiteten. Nackdelen kan vara att de kanske höll tillbaka med att ge allt för uppriktiga svar för att inte göra mig obekväma i våra framtida relationer som studiekamrater och kollegor.

Med ovan sagt är det oklart om resultatet skulle kunna reproduceras av vem som helst. Reliabiliteten är med detta sagt inte obestridd. Sammanfattningsvis så kan det dock validitetsmässigt ha varit till en fördel att jag är bekant med studiekamraterna och känner arbetskamraterna sedan tidigare, då detta kan ha medfört mer uppriktiga och genuina svar, samt att intervjuerna ägde rum i miljöer där gruppdeltagarna kände sig trygga.

Övrig kritik mot metoden i sig är även att det kan vara svårt att veta hur människor beter sig när de uppmanas att prata högt mittibland andra. Med andra ord så tycker vissa att det är svårt att uttrycka sig i grupsituationer. Det finns även en risk att personer som är mer framträdande än andra tar över intervjun, vilket leder till att de som är mer reserverade inte får komma till tals (Wibeck, 2000:152). Det sistnämnda var något jag fick erfara under gruppintervjun med de äldre gruppdeltagarna. I Qualitative research beskrivs även att ett annat problem med fokusgrupper som metod är dokumentering av materialet på ett sådant sätt så att det går att identifiera individuella talare (Flick, 2002:205). Detta var dock inget problem i detta fall då jag kände till samtliga forskningsdeltagare sedan tidigare.

3.5 Forskningsetik

I varje vetenskapligt arbete är en återkommande fråga huruvida etiska aspekter har tagits i beaktning vid undersökningen. När det gäller kvalitativ forskning där forskaren är nära forskningsdeltagare är denna fråga särskilt viktigt att tänka på. Enligt vetenskapsrådet kan individskyddskravet preciseras i fyra generella huvudkrav på forskningen. Dessa krav kan benämnas: informationskravet, samtyckekravet, konfidentialitetskravet samt nyttjandekravet. Huvudkraven beskrivs i följande text;

1. *Informationskravet*: samtliga medverkande i forskningen skall underrättas om syftet med den aktuella forskningsuppgiften, samt informeras om deras rättigheter till att upphöra sitt medverkande om de så begär (Vetenskapsrådet 2002).
2. *Samtyckeskravet*: medverkande har själva har rätt till att besluta över sin delaktighet i forskningen. De beslutar även om hur länge och på vilka premisser de medverkar. (Vetenskapsrådet 2002).
3. *Konfidentialitetskravet*: deltagare ska få maximal konfidentialitet och deras personuppgifter ska försvaras på ett sätt så att oberättigade inte kan ta del av dem (vetenskapsrådet 2002).
4. *Nyttjandekravet*: alla insamlade personuppgifter får bara användas för forskningens ändamål (Vetenskapsrådet 2002).

Ur ett etiskt perspektiv menar Wibeck (2002) att fokusgruppmetoden vara ett fördelaktigt metodval, dels på grund av den är mindre styrd än andra metoder och dels för att den oftast låter forskningsdeltagare att avstå från att dela sina tankar och åsikter om de tycker att ämnet blir för känsligt (Wibeck, 2000:139). Med min studie i beaktning vill jag belysa att konfidentialitetskravet inte uppnås till fullo, på grund av att deltagarna för studien *inte* anonyma för varandra. Ur ett etiskt perspektiv skulle jag dock vilja påstå att detta möjligtvis är mer acceptabelt för min typ av studie apropå ämnesvalet, då det eventuellt inte upplevs som så känsligt.

3.6 Val stimulimaterial

Jag använde mig av samma stimulimaterial för respektive gruppintervju. Det som visades var sammanlagt 14 bilder (se bilaga) bestående av tre olika teman. Tema 1: *Tillsammans med en romantisk partner*, Tema 2: *Sexualiserade och glamourösa bilder*, Tema 3: *Kompis och festbilder*. Bilderna utvaldes (vilket tidigare beskrivits) från en välkänd kvinnas instagramprofil, vilken är öppen för allmänheten. I resultat / analysredovisning och slutdiskussion kommer det kvinnliga kontot att benämnas "KS".

Anledningen till just detta urval av bilder var att de framställde de vanliga faktorer som i Baileys forskning, beskrivs vara stereotypisk för denna typ av kvinnas självrepresentation på sociala medier. Dessa faktorer är följaktligen likgiltiga med de bildteman som ovan benämns (Bailey et al, 2013). Med tanke på att kontot var välkänt så valde jag att medvetet stryka över kvinnans namn på bilderna. Detta med anledning av att forskningsdeltagarna inte skulle fastna

i en diskussion om själva personen i fråga, utan istället beskriva sina tolkningar kring vad de såg. Tilläggas bör att forskningsdeltagarna hade möjlighet att se en del av de namn på vilka som kommenterat under respektive bild. Med detta kunde de sålunda dra egna slutsatser om vilken typ av målgrupp / målgrupper materialet är som mest intresseväckande för.

Mitt motiv till att välja Instagram istället för exempelvis Facebook var att jag fann det svårare att hitta Facebook-konton som var öppna för allmänheten, innehållande rätt teman och liknande stereotypiska representationer. Jag vill också hävda att Instagram skiljer sig mot övriga sociala nätverksplatser, med tanke på att det är lätt att se vilka personer som har öppna konton och många följare.

Motivet till att välja en välkänd karaktär var på grund av att det hade känts oetiskt att grundlöst och slumpartat, använda mig av bilder från en okänd privatpersons sociala medier. Min tanke var således att välkända personer med stora följarskaror och med öppna instagramprofiler, säkerligen är vana vid att människor offentligt uttrycker sina tankar och åsikter kring deras självrepresentationer online.

4. Resultat och analysredovisning

I följande kapitel kommer jag att presentera resultat / analys. De tre olika teman som tidigare har presenterats blir nu ledande för analysen. I slutet av avsnittet kommenteras resultatet.

4.1 Tillsammans med en romantisk partner

Gruppdeltagare i grupp A beskrev att bilderna där KS skildras med sin romantiska partner ser så pass arrangerade ut att de skulle kunna vara annonser för exempelvis en klädkedja. Flera av männen var i samband med detta också överens om att bilderna och texterna kändes falska. Den romantiserade skildringen beskrevs vara genomtänkt och en gruppdeltagare menade att den medvetet ska framkalla avundsjuka hos betraktarna.

(Man 27) *"När jag ser såna här typer av profiler brukar jag leta efter en bild som kan ge mig någon slags uppfattning om hur de är som människor. För det här säger mig ingenting. Det är väldigt plastigt..."*.

(Man 23) *"Man ska titta på detta och tänka: "Åh exakt sådär vill jag ha det"*.

Flera av männen i grupp A menade likaså att denna typ bilder kan leda till att unga tjejer och kvinnor börjar sträva efter att försöka uppnå och efterlikna den konstruerade perfektion som skildras. Någon beskrev att när unga tjejer tittar på bilder där KS framställer sig själv på bilder med sin till synes "felfria" romantiska partner, så blir detta för dem någonting eftersträvansvärt.

(Man 25) *"Hon vet exakt vad hennes följare vill ha, och vad de vill se... Hon har en bild av sig hur hon är för att attrahera unga tjejer som också vill ha det här livet, de vill också ha en perfekt kille liksom..."*.

På en av de bilder som visas så ligger KS partner nerbäddad i sängen (se bilaga). Bildtexten lyder: *"He's making it to hard to get out of bed"*. Två deltagare i grupp A hävdade att det möjligen finns mer äkthet i just denna bild än i de andra romantiska partnerbilderna, på grund av att det till synes ser ut som att avsändaren själv har tagit bilden.

Samtidigt så menar (Man 25) att det kändes som att avsändarens partner inför fototillfället har blivit ombedd att se ut på ett särskilt sätt för att bilden ska bli så bra som möjligt.

(Man 25) *”Det känns fortfarande som att hon har bett honom om att se lite söt ut...”*.

En gruppdeltagare i grupp A betraktade sättet bilderna var tagna på som en onaturligt form att framställa sitt kärleksliv på. Han beskrev samtidigt att det finns andra mer avslappnade och verklighetstroga sätt att fotograferas tillsammans med sin partner på. Parallellt med denna redogörelse tolkades KS som en person som målar upp en förskönad bild av vilket kärleksfullt liv hon lever med sin partner.

(Man 27) *”På denna typ av bilder vill de ju måla upp en superromantisk bild... Man kan ju hänga med sin partner som kompisar gör... Man kan vara i samma bild utan att det ska vara det här ”vi älskar varandra och vi står och pussar på varandra”*.

I samband med ovan beskrev även en gruppdeltagare att de romantiserade bilderna skildrar väldigt klassiska könsroller. Han exemplifierade med den bild där KS pojkvän bär henne på ryggen (se bilaga).

(Man 25) *”Det verkar som att hon lutar sig mycket på honom... Klassiska könsroller”*.

(Man 27) *”Ja, han bär ju henne på sin rygg liksom...”*.

Deltagare i grupp B kom relativt omgående in på samma spår som grupp A. Tolkningarna av de romantiska bilderna visade sig även här vara, att de var genomtänkta och oäkta. En gruppdeltagare beskrev att KS måste vara väldigt bekräftelsesökande. På samma sätt som grupp A menade också flera från grupp B, att på det vis som KS förmedlar sitt liv genom bilder, är ett tillvägagångssätt att måla upp sitt liv såsom man önskar att det vore.

(Man 44) *”Hon vill förmedla sitt liv som hon önskar att det vore...”*.

(Man 38) *”Det är ren bekräftelse, och det är det som är dagens narcissism”*.

Flera från grupp B hävdade även att KS och hennes partner förmodligen är mer kära i idén av ett liv de önskar leva än i varandra. I samband med detta beskrev även en äldre deltagare att han trodde den manliga partnern var mer rekvisita för bilderna än någonting annat.

(Man 35) *"Jag tror dom är mer kära i idén av livet de vill leva än vad de är i varandra"*.

(Man 44) *"Han är lika mycket accessoar som hennes väska"*.

Gruppdeltagare diskuterade även den manliga partners utseende och beskrev honom som uttryckslös i ansiktet. Frågor uppstod huruvida han var KS riktiga pojkvän eller han endast var med på bilderna för att försköna bilderna.

(Man 44) *"Hon har dragit på sig en miljon följare eller vad hon nu har för att måla upp det här perfekta livet, och han, han är bara in it for the ride.. Hon är ju med honom därför att hon kan måla upp de där perfekta bilderna"*.

4.2 Sexualiserade och glamourösa bilder

Ett par deltagare från grupp A reagerade positivt på avsändarens yttre när de sexualiserade och glamourösa bildtemat visades. Trots detta så började majoriteten av männen att prata om genuinitet och diskuterade vilken av bilderna som de upplevde vara mest genuin. (Man 27) beskrev att den bild han ansåg hade mest äkthet var strandbilden som KS verkar ha tagit på sig själv, där hon inte ser ut att bära så mycket smink (se bilaga).

(Man 27) *"Ska vi prata genuinitet så är den andra bilden betydlig, för den har hon tagit på sig själv och känns mer oskyldig än de andra..."*.

(Man 25 och Man 27) menade att något som är sedvanligt är att kvinnor med samma stil av Instagramkonton och bilder som KS, ofta reser till fina miljöer just för att ta kompatibla bilder för sina sociala medier.

(Man 25) *"Det känns lite som... alltså man åker till en schysst miljö för att ta Instagram-kompatibla bilder..."*.

(Man 23) berättade även av egen erfarenhet att han tidigare haft en romantisk partner som med stort intresse och beundran, ideligen studerade denna typ av kvinnliga Instagram-konton. Följaktligen blev bilden av det liv som skildrades på bilderna en strävan för henne att uppnå.

(Man 23) *”Jag hade en flickvän som följde många såna här konton. Hon hade inget direkt intresse, men hennes intresse blev det här. Det enda hon pratade om var att åka till någon strand”*.

Deltagare i grupp B beskrev att bilderna även i detta tema talar om att KS är på jakt efter bekräftelse samt att hon i själva verket förmodligen är missnöjd med sin själv.

(Man 44) *”Det finns ett uttryck som säger; ”Beautiful Things Don’t Scream for Attention”, så hon är ju förmodligen ganska missnöjd med vem hon är. Hon behöver bara få bekräftelse”*.

Det gick även att antyda att samtliga gruppdeltagare betraktade dessa bilder som stereotypiska och vanligt förekommande i sociala medier.

(Man 38) *”Jag är så trött på sådana här bilder alltså... De är så klassiska”*.

I samband med det sistnämnda ovan så menade en av de äldre manliga gruppdeltagarna, att självrepresentationen är typisk för en särskild typ av tjejer som senare kommer ut i media och berättar att de i själva verket är deprimerade.

(Man 44) *”Fler och fler sådana här tjejer kommer ju sedan ut, osminkade i någon sådan här videoblogg och säger: ”Mitt liv är misär och jag har ätstörningar”*.

4.3 Kompis och festbilder

Två av deltagarna i grupp A menade att bilderna där KS skildrades i sociala sammanhang gav ett något mer genuint intryck än övriga teman. Resterande gruppdeltagare antydde istället att även dessa bilder var oäkta. Närmare bestämt att bilderna gav ett intryck av falsk glädje, samt att socialiserings-bilder medvetet läggs upp för att visa andra att man går på omtalade fester och omringas av vänner.

(Man 27) *”Nu ska hon vara glad, sprallig och festlig liksom...”*.

(Man 27) *”Jag tror såhär, många av de festliga och spralliga bilderna tror jag inte alls stämmer överens med hur hon är eller hur hennes verklighet ser ut”*.

(Man 25) *”Den första bilden ska väl visa: ”Jag har också kompisar och är lite galen och skön och gör mer än att bara åka på perfekta semesterar med min kille”.*

Även en äldre gruppdeltagare i grupp B menade att han tyckte sig se mer genuinitet i bilderna där KS visade upp sig i sociala sammanhang, men menade dock samtidigt att även dessa bilder med stor sannolikhet var tillrättalagda.

(Man 33) *”Jag tycker ju att temat sticker ut för där tycker jag att det känns som att hon hittar på roliga grejer. Hon är med polare även om de är tillrättalagda och jättefina, men hon är ju ändå någonstans och umgås”.*

Andra deltagare i grupp B menade att kompisrelationerna som skildrades på bilderna verkade påtvingade och ett medvetet sätt för KS att visa att hon omringas av andra vackra människor. (Man 44) beskrev att i bild nummer ett från temat ser det ut som att personerna som medverkade på bilden placerades där mer som rekvisita på grund av att de såg bra ut. Han beskriver samtidigt att den andra bilden i temat kändes mer äkta på grund av att personerna där såg mer ut som helt alldagliga människor.

(Man 44) *”Men kolla de andra ser ju också ut som modeller här (refererar till kompis/fest bild nr 1). Här är det ju ändå något som påminner om en normal person (refererar till en av kompisarna på kompis/festbild nr 2). De svarta dudsen och de andra är också bara accessoarer för just den bilden, de är props bara, inte vänner”.*

(Man 38) *”Jag har bra vänner, jag har det trevlig, I’m in a good time”.*

(Man 44) *”Kolla vilka vackra polare jag har...”.*

Ett par män från grupp B uttryckte utifrån detta tema sina frustrationer över att bilderna som KS lägger upp till synes skall ge intryck av att de ”råkar” utfalla på ett särskilt sätt. Detta på grund av att det ska ge den som ser bilderna ett intryck av att de är naturliga, spontana och således inte tillrättalagda.

(Man 44) *”Bilderna med glassarna är ett sådant tydligt exempel: ”kolla jag har all access, jag har fått tillträde till alla VIP-områden men så visar man glass istället”.*

Något som två av de äldre gruppdeltagarna även reagerade på var att KS på en festbild håller upp två glassar, samtidigt som hon synliggör sina armarna vilka är fulla med VIP-armband (se bilaga). Männerna menade att denna bild är tagen för att KS avsiktligt vill visa sina följande att hon har fått VIP-inträdesbiljetter till samtliga festområden.

(Man 38) *”Jag kan direkt säga varför hon tog det där glassbilden. Hon vill visa alla att hon har varit på alla fester, att: ”She is the shit”.*

(Man 44) *”Kolla jag har all access, jag har fått tillträde till alla VIP-områden” men så visar hon glass istället”.*

4.4 Stereotypiskt kvinnliga bilder

Majoriteten av männen i grupp A beskrev att de olika teman med bilder och texter som visades var allmänt typiska för kvinnor att lägga upp på sina Instagramkonton. De antydde även att pojkvänsbilder, lättklädda bilder samt socialiserings-bilder ofta är mycket vanligt förekommande teman på kvinnors sociala medieplattformar.

(Man 25) *”Många kvinnliga Instagram-konton ser ju faktiskt exakt likadana ut. Alla är på samma typ av resor, på samma platser, på samma typ av fester och så vidare...”.*

Något som samtliga av de yngre gruppdeltagare diskuterade i samma veva var att det verkar finnas en mall för vad kvinnor ska ta för typ av bilder för sina sociala medier, likaså hur de ska se ut.

(Man 25) *”Det finns ju en mall för hur det ska se ut”.*

(Man 27) *”Tjejer går ju in på varandras konton och kollar hur det ser ut och tar efter”.*

Flera från grupp A beskrev att de ansåg det just typiskt för denna typ av kvinnor att inte utföra någon form av aktivitet på sina bilder. De menade att fokus endast ligger på utseende och vikten av att se bra ut.

(Man 23) *"Om en kille hade haft ett liknande konto och varit på stranden hade han kanske lagt upp en bild på när han gjorde något. De flesta av dessa bilder är ju bara en utseendegrej"*.

Männen från grupp B hade något mer delade åsikter kring huruvida profileringen var typisk kvinnlig på sociala medier eller inte. En man menade att han trodde att avsändarens romantiska partner förmodligen har ett liknande konto med samma typ av bilder.

(Man 44) *"Hennes pojkväns Instagram ser förmodligen likadan ut..."*.

En annan antydde istället att män inte lägger ut romantiska bilder med sina partners på samma sätt, samt att han trodde att KS partners Instagram-konto snarare var mer fokuserat på muskler och maskulina saker.

(Man 44) *"Nej, skillnaden är att hans Instagram är mer fokuserat på muskler och maskulina saker"*.

En deltagare beskrev att det som framställdes i dessa konton och det som blev tydligt i de teman som presenterades, var att allting var stereotypiskt heteronormativt.

(Man 33) *"Överlag så är ju allting väldigt stereotypiskt heterosexuellt rätt igenom. Allting är väldigt stereotypiskt normativt"*.

Något som även diskuterades var huruvida en man hade kunnat lägga ut samma bilder med tillhörande bildtexter utan att de fick en stämpel av att vara sexistiska.

(Man 44) *"Om en kille skulle skriva: "She's making it to hard to get out of bed", skulle det vara en mer pornografisk bild på henne och inte när hon bara ligger och ler. Det skulle ju vara ganska sexistiskt"*.

4.5 Öppen / stängd profil

I grupp A beskrev (Man 25) att stängda instagramprofiler kan tolkas som ett tecken på att personen i fråga inte bryr sig lika mycket om vad omvärlden tycker. I samband med detta menade samtliga av de yngre gruppdeltagarna att det är mer åtråvärt med tjejer och kvinnor som tar samma typ av bilder, men som istället har ett Instagram-konto som är stängt för allmänheten.

(Man 26) *"Det är coolare att göra så... Då bryr hon sig inte om resten av världen"*.

I grupp B beskrev en deltagare istället att ett stängt Instagram-konto med samma typ av bilder tyder på osäkerhet. Det vill säga, en osäkerhet för hur andra människor skulle reagera och vad personen i fråga skulle få för kommentarer ifall allmänheten kunde beskåda och kommentera hennes bilder.

(Man 38) *"Hon är rädd att få rejections, att folk skriver elaka grejer. Här har hon kontroll på sina vänner. Hon vet att det inte är några vänner som snackar skit om henne"*.

4.6 Genusbetraktelser

De yngre deltagarna från grupp A antydde att det är skadligt och ångestladdat för unga tjejer och kvinnor att följa andra kvinnor med denna typ av konton, på grund av att det enda som skildras är "det perfekta livet". I samband med detta menade en av männen att kvinnor kan få prestationsångest av att följa denna typ av konton. Flera påpekade i samma veva att unga tjejer får en helt felaktig bild av verkligheten av att betrakta denna typ av självrepresentationer på Instagram.

(Man 25) *"När man ser bilderna så ser man bara: "Lush life", men jag tror det ger sjukt mycket ångest till unga tjejer. Det enda de ser hela dagarna när de lever i sina telefoner är bilder på stränder och perfekta kroppar och pojkvänner, det ger prestationsångest"*.

De yngre männen menade likväl att manliga motsvarigheter för denna typ av självrepresentation på Instagram existerar men att dessa konton genererar mindre ångest till åt sina manliga följare. I och med detta redogjordes det för att fokus för kvinnor med denna självrepresentation ligger på yttre skönhet och prestation.

(Man 25) ”När jag såg skatefilmer när jag var liten var det mer att jag tyckte personen var grym och att jag ville pusha mig själv till att bli bättre. Det var inte det här med att det yttre var viktigt”.

Två män från grupp B beskrev att kvinnor som gillar KS bilder och likaså bilder på andra vackra kvinnor förmodligen gör det grund av att verifiera sin egna självkänsla. De menade att kvinnor tänker, att genom att bekräfta en annan vacker kvinna så talar de om för omvärlden att de inte är avundsjuka, vilket i sin tur visar på trygghet och god självkänsla.

(Man 44) ”Alltså killar gillar bilden för att det är en tjej i baddräkt, tjejer gillar den för att de känner; ”genom att gilla den så säger jag ju att jag inte är avundsjuk”.

(Man 35) ”Jag unnar henne detta för jag är så pass trygg i mig själv”.

När det kommer till respons i form av gillamarkeringar och kommentarer så var grupp A eniga om att tro att den respons avsändaren får från män respektive kvinnor ser annorlunda ut beroende på bildernas olika teman. På bilder där KS skildras med sin romantiska partner menade de att gensvaret från killar säkert är närmare obefintligt men att istället tjejer gillar denna typ av bilder. I samband med detta menade de också att lättklädda bilder där är mer intresseväckande för män än romantiska partnerbilder. Med detta sagt så skulle man kunna dra en slutsats av att män inte ser något intresse i att betrakta bilder på kvinnor som inte är tillgängliga.

(Man 27) ”Killar är väl mer intresserade av henne när hon är själv på strandbilderna...”.

Alla yngre deltagare var överens om att de trodde att responsen i form av bildkommentarer och likes mestadels kommer från unga tjejer som vill leva samma liv vilket skildras i bilderna.

(Man 27) *”Jag tror det är unga tjejer som kommenterar hennes bilder... Typ gymnasietjejer och yngre”*.

Samtliga deltagare i grupp B var på samma sätt som de yngre deltagarna eniga om att tro att det är övervägande unga tjejer som kommenterar och responderar på dessa typer av bilder och konton.

(Man 44) *”Det är 12-åriga tjejer liksom...”*.

En gruppdeltagare beskrev även att kvinnor som KS förmodligen får den respons hon vill ha, på grund av att hon blockerar andra som säger något ofördelaktigt.

(Man 44) *”Hon får bara den respons som hon vill ha för hon blockerar alla andra som säger någonting ärligt antagligen. Hon är ju bara ute efter en typ av respons”*.

Resultatet har tydligt visat att männen hade en kritisk syn på denna typ av kvinnlig självporträttering på Instagram. Jag drar denna slutsats på grund av att sanningshalten i bilderna utifrån respektive tema genomgående ifrågasattes, och en återkommande diskussion i respektive grupp var huruvida bilderna som visades var verkliga. Något som även kom fram var, att männen betraktade kvinnor generellt som väldigt utseendefixerade. Antydanden om att endast utseendet är i fokus i dessa typer av instagramkonton, bekräftar mina tankar om att kvinnor endast tillåts vara vackra, medan män har betydligt mer beskrivande attribut runt personlighet.

Vid temat kompis och festbilder fanns det ett par gruppdeltagare som upplevde bilderna mer genuina än övriga men majoriteten av männen tolkade även dessa som oäkta. Temat betraktades även vara ett strategiskt drag för KS att visa att hon omges av attraktiva människor och att det således är något fördelaktigt. En tanke här är att det möjligtvis anses vara gynnsamt på grund av att det kan höja ens sociala status och frambringa en gynnsam grupptillhörighet.

Något som även blev tydligt var att forskningsdeltagarna (främst de yngre männen) visade att de hade en medvetenhet om en feministisk kritik. Med andra ord, hur de ansåg att den romantiserade och idealiserade livsstilen i bilder och texter kan framkalla prestationsångest hos just unga kvinnor. Utifrån detta kan vi utläsa att männen distanserade sig en del från vad bilderna skapade för mening för dem själva. Istället kunde man ana en omtanke om unga kvinnor.

Från resultat och analysredovisningen kan vi se att några teman var återkommande, nämligen: *Äkthet / genuinitet, normativitet och påverkan*. Oäkta bilder beskrevs vara ett resultat av dålig självkänsla hos kvinnor, vilken männen menade förstärks av att individer positivt bekräftar de bilder som läggs upp. Normativitet kan kopplas till att de bilder / teman som visades ansågs vara heteronormativa och återkommande på kvinnors instagramprofiler. Påverkan var det som männen trodde att denna typ av självprofilering online har på unga kvinnor.

5. Slutdiskussion

Syftet med denna undersökning var att undersöka hur kvinnliga stereotyper på Instagram kan förstås. Mina frågeställningar var: *hur tolkar män i åldrarna 23-44 kvinnliga stereotyper på Instagram? Samt: skiljer sig sättet att tolka kvinnliga stereotyper på Instagram och Facebook av män från min studie jämfört med kvinnor från Baileys studie och i så fall hur?* I följande avsnitt ska syfte och frågeställningar nu besvaras. Slutdiskussionen inleds med en sammanställning av resultat och analysredovisningen och kopplas sedan ihop med tidigare forskning och teorier.

Resultatet visade på att en majoritet av de manliga gruppdeltagarna från båda grupperna, betraktade KS självporträttering som oäkta, verklighetsfrånkopplad och stereotypiskt heteronormativ. Båda grupperna ifrågasatte kritiskt KS motiv bakom bilderna, och menade på att de är tagna på ett sätt som ska ge åskådare en känsla av att de är äkta och spontana, således motsatsen till männens tolkning. Summeringen av detta är att männen ansåg att den stereotypiska porträtteringen är ett sätt för kvinnor att försöka övertyga andra och sig själva om att de lever åtråvärda liv.

Det blev även tydligt att båda grupperna betraktade KS som bekräftelsesökande. I den yngre gruppen hade männen också tolkningar om att självrepresentationen kan medföra ångest hos unga kvinnor som möjligen känner att de behöver efterlikna den perfektion som skildras på bilderna. Den perfektion som männen menade att KS självporträttering visar prov på, beskrevs följaktligen vara en mall för kvinnor att följa för att nå samma status och popularitet likt kvinnor som KS.

Majoriteten av samtliga gruppdeltagare beskrev att de snarare trodde att det var andra kvinnor och inte män som gillar och kommentarer denna typ av Instagrambilder. Två män ur den äldre gruppen beskrev även att de trodde att bilder på vackra kvinnor gillas av andra kvinnor, då de på så sätt talar om för resten av omvärlden att de inte är avundsjuka.

Det tema som stack ut från de andra och som gav en tydlig åsiktsuppdelning i respektive grupp var *fest och kompisbilder*. Två av totalt tio män betraktade detta som mer genuint medan resterande gruppdeltagare kunde antyda en falskhet även i detta tema. Temat tolkades likaså vara ett strategiskt drag för KS att visa att hon omges av andra vackra människor.

Ur ett genusperspektiv var en majoritet från båda grupperna ense om att självporträtteringen är typisk för kvinnor. Den yngre gruppen menade exempelvis att män inte lägger upp romantiserade bilder på sig själva och sina kvinnliga partners. I samband med detta kunde utläsas, att ju mer lättklädda bilder desto mer manlig respons. De yngre gruppdeltagarna ansåg även att motsvariga, manliga konton som riktar sig mot män inte är lika ångestladdade för sina manliga följare. Samtidigt hävdade flera att denna typ av kvinnliga instagramkonton är mer fokuserade på skönhet och prestation. De äldre gruppdeltagare hade tankar om huruvida män skulle kunna skriva liknande texter till sina bilder, utan att dessa skulle bedömas som sexistiska. En äldre gruppdeltagare menade också att en manlig motsvarighet till konto hade varit mer fokuserat på muskler och maskulinitet. Båda grupperna var ense om att respons i form av gillamarkeringar och kommentarer kommer från unga tjejer som beundrar denna typ av kvinnliga instagramprofiler.

Resultatet visade slutligen att det fanns olika tolkningar i den yngre och äldre gruppen om huruvida det är fördelaktigt eller destruktivt med en kvinnlig profil som är öppen för allmänheten. Samtliga män i den yngre gruppen, menade att en kvinna med samma innehåll / teman, som har en stängd profil är mer åtråvärd. Detta på grund av att det visade att personen i fråga inte är lika beroende av vad andra människor tycker. En äldre forskningsdeltagare menade istället raka motsatsen. Det vill säga att en stängd profil med samma innehåll tyder på osäkerhet och rädsla för potentiella elaka kommentarer från allmänheten.

5.1 Jämförelser med teorier och tidigare forskning

Det som tydligt går att se vid en jämförelse av mitt resultat emot Baileys resultat är att tolkningarna kring temabilderna blev väldigt likartade. Med andra ord, männen från min forskning och kvinnorna från studien av (Bailey et al, 2013) uppfattade självporträtteringen som stereotypisk för kvinnor som idealiserar / förskönar sina liv på sociala medier. Flera liknelser är att gruppdeltagarna betraktade den kvinnliga stereotypen som bekräftelse och uppmärksamhetssökande (Bailey et al, 2013). Intressant är dock att männen trodde att bekräftelsen inte ges från män utan snarare från unga kvinnor. Således menade dem att kvinnor är de huvudsakliga betraktarna vilka identifierar sig med denna typ av bilder och ideal. Det sistnämnda skiljer sig från Baileys resultat vilket istället indikerade att porträtteringen är typisk för kvinnor som söker uppmärksamhet från män (Bailey et al, 2003).

Både mitt och Baileys resultat visade att den idealistiska självporträtteringen kan frambringa status och popularitet, men att det mestadels är unga tjejer som lockas av detta. En skillnad i tolkningarna visade sig dock vara att kvinnorna från Baileys forskning delvis hade en gynnsam syn på bilderna som markörer för social framgång och popularitet. Männerna från min studie betraktade istället porträtteringen som något destruktivt då de menade att det sätter press på unga kvinnor.

En markant skillnad mellan resultaten är att de kvinnliga forskningsdeltagarna visade ett förakt mot kvinnor som skildrar sin sexualitet offentligt genom lättklädda och sexualiserade bilder (Bailey et al, 2013). Trots att även mina forskningsdeltagare var destruktiva mot KS sätt att försköna sin livsstil på sociala medier, fanns det inget som tydde på att de hade något *emot* kvinnor som skildrar sin sexualitet offentligt på sociala medier. Å andra sidan så menade de yngre gruppdeltagarna att det är mer attraktivt med kvinnor som har stängda profiler för att det tyder på att dessa inte är lika bekräftelsesökande.

För att jämföra mitt resultat och analys med Svenningssons studie kring Lunarstorm vill jag mena att det finns påtagliga skillnader. Som en motsats till Svenningssons resultat om att tidigare online plattformar gav möjligheter till alternativa uttryck (Svenningsson, 2005) betraktade männen från min studie istället den kvinnliga självrepresentationen som heteronormativ och stereotypiskt kvinnlig. En annan skillnad mellan min studies resultat gentemot Svenningssons, är att männen betraktade temat *romantiska partnerbilder* som typiska för kvinnor att gilla samt lägga upp på sina profiler. Detta är en markant skillnad från den del av Svenningssons resultat som visade att män var mer relationsriktade och mer benägna att uttrycka samt dela med sig av sina romantiska sidor (Svenningsson, 2005).

I Lupinettis studie så fann man att kvinnor som hade denna typ av självporträttering på sina sociala medier såg sig själva som förebilder för andra unga kvinnor (Lupinetti 2015). Som motpol till hans upptäckter så visade mitt resultat istället på, att männen tolkade denna typ av kvinnliga instagramkonton som skapta för skryt och med syfte att visa upp för andra kvinnor att: Jag har något som inte du har, eller: Mitt liv är bättre än ditt.

Det finns både likheter och skillnader mellan min studie och (Oberst et al, 2015). Forskarnas upptäckter var att kvinnor tenderar att porträttera sig på ett mer könsstereotypiskt sätt online än män, men att individer generellt är mindre benägna att lägga upp könsstereotypiska bilder av sig själva på nätet (Oberst et al, 2015). Det sistnämnda är ingenting som mitt forskningsresultat stödjer. De kom även fram till att förskönade självrepresentationer på sociala medier (i deras fall Facebook), är något som påverkar människors välbefinnande destruktivt. Mitt resultat visade på liknande upptäckter. Männerna tolkade exempelvis den kvinnliga porträtteringen som könsstereotypisk på grund av att allting uppfattades vara inriktat på skönhet och utseende. Den största likheten mellan studierna är dock att deltagarna från min forskning framhöll att idealiserade och modifierade bilder framkallar prestationsångest hos unga kvinnor. Således stödjer det Oberst upptäckter om sociala mediers destruktiva påverkan på människors välbefinnande.

Alperstein kom fram till att det fanns både beundran och förakt för denna typ av kvinnlig självporträttering på sociala medier (Alperstein, 2015). Det som även visade sig i resultatet var att det fanns en uppgivenhet hos kvinnliga forskningsdeltagare, för att de kände att de inte kunde nå upp till den perfektion som skildrades i bilderna. Alperstein beskrev att detta är något som kan leda till depression (ibid). De manliga forskningsdeltagarna från min studie stödjer således Alperstein tankar kring att porträtteringen kan ha en destruktiv inverkan på kvinnor. Dessa tankar skulle kunna beskrivas vara en existerande diskurs kring representationer online.

När vi nu kommer in på de tre teorierna så skulle jag vilja börja med att påstå att denna stereotypiska kvinnliga framställning på Instagram, är ett resultat av socialkonstruktionism. För att klargöra, kvinnor med denna typ av profiler fyller sina sociala medier med ett idealistiskt innehåll, utifrån en - av människan konstruerad - samhällsföreställning av *vad* som är idealiskt. Med andra ord, en förgivettagen sanning om att saker och ting bör vara / se ut på ett visst sätt. Vad som utifrån samhällsföreställningen är önskat och det jag tror att de flesta kvinnor mer eller mindre vill åt, är de faktorer som männen från min studie samt tidigare forskning om kvinnliga stereotyper online återkommer till, nämligen; skönhet, popularitet, kärlek och social framgång.

För att spinna vidare på detta vill jag mena att vårt samhälle och det medielandskapet ständigt indikerar, är *vad* som bedöms vara ett idealiskt liv. För kvinnor med just denna typ av

självpotträttering på sociala medier tror jag dels att detta innefattar; en rolig, social och romantiserad livsstil med en kärleksfull partner. Normen är också att betraktas som vacker, att vara framgångsrik och omtyckt av många. Som ett resultat av detta så tror jag att det har blivit viktigt, framförallt för kvinnor att genom bekräftelser på Instagram och andra sociala medieplattformar övertyga andra och sig själva om att deras liv täcker dessa faktorer.

Teorin *social identitet* hänger ihop med det som redogörs för ovan. En idealisk sådan kan nämligen vara att tillhöra en fördelaktig grupp, där individerna har de egenskaper / den livsstil som omnämns i tidigare stycke. Således blir detta en positiv social identitet. Denna positiva sociala identitet förstärks om andra människor, (vars livsstilar, utseenden etc inte uppfyller idealen) genom exempelvis avundsamma bildkommentarer på Instagram, bekräftar att din sociala identitet är bättre än deras. Sociala medier har följaktligen givit oss möjligheten att bli bekräftade för att vara de vi önskar vara. Det som visas i bilder behöver inte stämma överens med verkligheten tack vare att vi kan konstruera våra liv i bilder utifrån hur vi vill betraktas av andra. Utifrån resultatet skulle vi alltså kunna säga att den kvinnliga självporträtteringen, är ett resultat av hur de vill bli betraktade av andra, nämligen med en positiva sociala identiteter.

Hela min studie går ut på att undersöka stereotyper på Instagram utifrån (Bailey et al 2013) sätt att beskriva dessa stereotyper. Med detta sagt så redogör hela deras studie för att stereotyper existerar. Hinton beskriver istället att stereotyper är falska (Hinton 2003). Följaktligen skulle hennes redogörelse säga, att den sociala stereotypisering som görs av denna kvinnliga självporträtteringen på Instagram, inte stämmer. Hintons beskrivning av stereotyper och stereotypisering kan stödjas i den mening, att det i männens uttalanden exempelvis fanns tankar om att porträtteringen *är* typisk för kvinnor *generellt*. Med detta sagt så togs inga individuella skillnader i beaktning. Ur henne perspektiv kan detta således kritiskt ifrågasättas då generaliseringen medför att en oriktig verklighetsbild, samhällsklyftor och fördomar skapas (Hinton, 2003).

5.2 Vetenskapligt bidrag

Som ett vetenskapligt bidrag skulle denna studie kunna sägas vara en uppdatering av tidigare forskning kring genus och genusrepresentationer online. I detta fall med fokus på Instagram, som kan betraktas som en av de mest använda sociala medieplattformarna idag. Bidraget är även ett specialområde på så sätt att den låter endast män få komma till tals i en studie kring kvinnliga stereotyper på sociala medier.

5.3 Samhällsrelevans

Sociala medier har ett väldigt stort utrymme i dagens mediesamhälle. Om vi med tanke på det väljer att *inte* vara kritiska och ifrågasätta det vi ser, så vill jag påstå att vi går ett väldigt skadligt samhällsklimat till mötes. Således har detta ämne en samhällsrelevans. Med andra ord, för att studien delgav en kritisk debatt där individer fick en chans att kritiskt ifrågasätta vanligt förekommande bilder och texter på sociala medier.

5.4 Etiska aspekter av resultaten

På tal om vikten med kritisk granskning vill jag även påpeka att det går att tolka resultatet och såldes kommentarerna från de manliga gruppdeltagarna som etiska, men även som oetiska. Något att ha i åtanke är exempelvis huruvida det var av ren omsorg eller snarare fördummande / nedsättande, på vilket sätt de beskrev att självrepresentationen framkallar prestationsångest hos unga tjejer. Med fördummande / nedsättande menar jag att männen kanske tog för givet att unga kvinnor generellt inte kan stå emot denna typ av innehåll på Instagram. Med andra ord kan det vara bra att ha i åtanke huruvida det är en förgivettagen sanning att unga kvinnor är sköra och inte själva kan förstå hur utseenden och livsstilar kan förskönas i bilder.

5.5 Problem med den egna studien

Något som är problematiskt med studien är att jag använde mig av Instagram medan tidigare forskare / studier, hade andra sociala medieplattformar i fokus. Trovärdigheten vid jämförelserna med tidigare forskning hade möjligtvis förstärks om samma plattform användes. Ett annat problem är att en del av den tidigare forskningen är gammal och resultaten hade säkerligen blivit helt annorlunda om undersökningarna gjordes idag. Något annat som tagits i beaktning är att forskningsdeltagare från Baileys (et al) och min studie har olika kulturella bakgrunder. Kvinnorna från deras undersökning är kanadensare. Hade männen från min undersökning haft samma kulturella bakgrund så hade svaren potentiellt kunnat se annorlunda ut. Med andra ord, beroende på etnicitet och kulturell bakgrund tolkas

stereotyper säkerligen helt annorlunda. Övriga problem med studien är att resultatet endast är baserat på *en viss* typ av kvinnlig instagramprofilering. Idag finns det andra vanligt förekommande sätt för kvinnor att profilera sig på sociala medier i form av kroppsaktivister m.m. Att således undersöka en annan typ av kvinnlig självrepresentation online skulle med stor sannolikhet ge ett annat resultat.

5.6 Förslag till fortsatt forskning

Ett förslag till fortsatt forskning är att undersöka hur kvinnor med andra etniciteter framställer sig på sociala medier. Jag skulle även vilja undersöka vad män känner att de *förväntas* säga när de sitter i en gruppintervju, för att diskutera kvinnor på Instagram. Det skulle också vara intressant att reda upp hur kvinnor läser manliga stereotyper online samt hur en äldre kvinnlig målgrupp tolkar yngre kvinnors självrepresentationer på nätet.

6. Litteratur och källförteckning

Alperstein, Neil (2015) "Social Comparison of Idealized Female Images and the Curation of Self on Pinterest". *The Journal of Social Media in Society* 4(2).

Alvesson, Mats & Sköldböck, Kaj (2008) *Tolkning och Reflektion*. Upplaga 2. Lund Studentlitteratur.

Bailey, Steeves, Burkell & Regan (2013) "Negotiating With Gender Stereotypes on Social Networking Sites: From "Bicycle Face" to Facebook". *Journal of Communication Inquiry* 37(2) 91–112.

Flick, Uwe (2009) *An Introduction to Qualitative Research*. Fourth edition. SAGE Publications Ltd.

Hinton, Perry (2003) *Stereotyper, Kognition och Kultur*. Upplaga 1. Studentlitteratur AB.

Kvale, Steinar (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

Lupinetti, Victoria Michelle (2015) *Self-presentation and Social Media: A Qualitative Examination of the Use of Instagram by Amateur NPC Female Figure Competitors*. Master's Theses. Paper 4550. San Jose State University. http://scholarworks.sjsu.edu/etd_theses/4550/
Hämtad: 7:e maj 2017 18:58.

Oberst, Renau, Chamarro, Carbonell (2015) "Gender stereotypes on Facebook profiles: Are women more female online?". Bellaterra, Spain. *Computers in Human Behavior* 60 (2016).

Svenningsson, Malin (2005) *Ungdomars kön och identitetsarbete*. Institutionen för Kultur och Kommunikation, Karlstad universitet.

Vetenskapsrådet (2002) *Forskningsetiska principer*. Vetenskapsrådet Stockholm.

Wibeck, Victoria (2002) *Fokusgrupper: om fokuserade gruppintervjuer som undersökningsmetod*. Lund: Studentlitteratur.

Widerberg (2002) *Kvalitativ forskning i praktiken*. Upplaga 1. Studentlitteratur AB.

7. Bilagor



X_Instagramkonto
_Fokusgrupp.docx



Intervjuguide_Fok
usgrupp_Olivia_Ah