

Självständigt arbete på grundnivå

Independent degree project – first cycle

C-uppsats i sociologi, 15 hp

C-course Thesis in Sociology, 15 hp

Det ideala självet

En sociologisk undersökning om sociala mediers påverkan på individens självidentitet

Sandra Andersson



Mittuniversitetet

MID SWEDEN UNIVERSITY

Campus Härnösand Universitetsbacken 1, SE-871 88. **Campus Sundsvall** Holmgatan 10, SE-851 70 Sundsvall.

Campus Östersund Kunskapens väg 8, SE-831 25 Östersund.

Phone: +46 (0)771 97 50 00, Fax: +46 (0)771 97 50 01.

MITTUNIVERSITETET

Avdelningen för samhällsvetenskap

Examinator: Katarina Giritli-Nygren, katarina.giritli-nygren@miun.se

Handledare: Angelika Sjöstedt-Landén, angelika.sjostedt-landen@miun.se

Författare: Sandra Andersson, saan1214@student.miun.se

Utbildningsprogram: Samhällsvetarprogrammet, 180 hp

Huvudområde: Sociologi

Termin, år: VT, 2015

Sammanfattning

Syftet med denna studie var att undersöka betydelsen av sociala medier i relation till individers uppfattning om sig själva, med inriktning på hur individens självidentitet påverkades. Det sociala nätverket Facebook och bilddelningstjänsten Instagram stod i fokus för undersökningen. Studien genomfördes med hjälp av sex stycken halvstrukturerade intervjuer med tre kvinnor och tre män i åldrarna 20-32 år. Urvalet bestod av ett bekvämlighetsurval av personliga kontakter. Samtliga individer som ingick i studien var medlemmar på Facebook och Instagram sedan minst 1 år tillbaka och var dagligen aktiva på båda nätverken. Studiens resultat visade att Facebook och Instagram till största del gav individerna möjligheter att lyckas upprätthålla en stabil självidentitet. Samtliga individer ville framstå så bra som möjligt på de sociala nätverken och detta gick i linje med Anthony Giddens teori om det ideala självet. Resultatet visade tydligt att det ligger ett reflexivt moment bakom individernas presentationer av sig själva, med målet att visa upp en så bra sida som möjligt av sig själv. Respons från andra medlemmar och en önskan om att ha många vänner och följare på nätverken visade sig ha funktionen som ett främjande för individens stolthet. Resultatet visade även att negativa inverknings på individernas självidentitet kunde uppkomma då de jämförde sig med andra medlemmars framställningar av sig själva. Vid sådana jämförelser uppstod känslor av att vara otillräcklig i någon bemärkelse och individernas stolthet visade sig i dessa fall vara hotad. I särskilda fall var stoltheten till och med ersatt av skamkänslor hos individen.

Nyckelord: Sociala medier, Facebook, Instagram, självidentitet, Anthony Giddens

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	4
1.1 Syfte och frågeställning	5
1.2 Avgränsning	5
2. BAKGRUND	5
2.1 Mediernas roll för individens identitet	5
2.2 Sociala medier	6
2.3 Facebook	7
2.4 Instagram	8
3. TIDIGARE FORSKNING	9
3.1 Facebook och påverkan	9
4. TEORETISKT RAMVERK	11
4.1 Modernitet och självidentitet	12
5. METOD	14
5.1 Metodval	15
5.2 Förförståelse	15
5.3 Urval	16
5.4 Tillvägagångssätt	16
5.5 Analysmetod	17
5.6 Etiska överväganden	18
5.7 Reliabilitet och validitet	18
6. RESULTAT/ ANALYS	19
6.1 Det ideala själv	19
6.2 Ett främjande för stoltheten	25
6.3 En hotad stolthet	29
7. SLUTDISKUSSION	33
8. REFERENSLISTA	36
9. BILAGA	39
9.1 Intervjuguide	39

1. INLEDNING

Facebook, Instagram, Twitter, Flickr, Youtube, bloggar, LinkedIn, listan kan göras lång. Det finns en hel uppsjö av sociala medier idag. Sedan 2000-talet har ett stort antal sociala medier växt fram som sammanlänkar individer och som gör det möjligt att dela med sig av bland annat texter, bilder och filmer (Bergström, 2010). Användningen av sociala medier blir allt vanligare och ökar årligen (Stiftelsen för Internetinfrastruktur, 2014:29). Det råder delade meningar om huruvida sociala medier påverkar dess användare. Dagens teknik med internet och smarta telefoner gör det möjligt för individer att jämt och ständigt kunna vara uppkopplade. En ständig uppkoppling underlättar vår sociala vardag och studier har visat att individer som använder sig flitigt av socialt nätverkande också är mer socialt aktiva utanför internets väggar (Sundberg, 2015). Andra studier har dock visat att sociala medier har motsatt effekt på användarna. Användningen av sociala medier kan medföra att våra sociala relationer blir mer ytliga. Att ständigt vara uppkopplad kan också leda till en oro och stress hos individen (Sundberg, 2015).

Användningen av sociala medier handlar i stor utsträckning om ett socialt engagemang med utgångspunkt från individen själv och det personliga. Det är ett större antal individer som delar texter om sig själva än som delar texter och visar engagemang i olika samhällsfrågor (Bergström, 2010:438). Då det tycks handla mycket om personliga uttryck som förmedlas i sociala medier kan individer uppleva sig själva som mindre lyckade och det kan i sin tur leda till en försämrad självbild hos individen (Sundberg, 2015). En svensk studie visar att användare av det sociala nätverket Facebook i allra största grad delar med sig av och skriver på Facebook om positiva händelser och om högt välbefinnande. Betydligt färre delar med sig av negativa händelser och känslor. På så vis jämför sig användare med andra och föreställningar om att andra har ett mer händelserikt liv, mer lyckad yrkeskarriär och bättre relationer kan infinna sig. Denna jämförelse kan leda till att en individ upplever sitt egna liv som mindre lyckat (Denti, Barbopoulos, Nilsson, Holmberg, Thulin, Wendeblad, Andén & Davidsson, 2012).

Medierna genomsyrar individers sociala och vardagliga liv alltmer. De är bidragare till många individers formande av sig själva vad gäller exempelvis sätt att leva, drömmar, attityder och tankar (Lindgren, 2009:9). Därför är det av intresse att undersöka individers upplevelser av användningen av sociala medier och hur detta påverkar individens självidentitet.

1.1 Syfte och frågeställning

Då sociala medier kan utgöra en stor del av individers vardag är det av intresse att undersöka individers upplevelser av användandet av sociala medier. Syftet med studien är att undersöka betydelsen av sociala medier i relation till individers uppfattning om sig själva.

Studiens syfte ämnas besvaras genom nedanstående frågeställning:

- Hur påverkar användningen av sociala medier individers självidentitet?

1.2 Avgränsning

Denna studie avgränsar sig till att undersöka sex unga vuxna, tre män och tre kvinnor, och deras upplevelser av användningen av sociala medier och hur deras självidentitet påverkas av denna användning. Självidentitet avgränsas till Anthony Giddens definition av begreppet, ”individens reflexiva tolkning av självet mot bakgrund av hans eller hennes biografi” (Giddens, 1999:276). Begreppet förklaras mer ingående i studiens kommande teoriavsnitt. De sociala medier som står i fokus för studien är nätverket Facebook och nätverket och bilddelningstjänsten Instagram, som för tillfället är bland de populäraste sociala medierna (Stiftelsen för internetinfrastruktur, 2014:26). Upplevelser av andra sociala medier är därmed inte aktuellt för studien. Samtliga av studiens informanter besöker Facebook och Instagram som en daglig rutin och är aktiva användare av de båda nätverken.

2. BAKGRUND

I detta avsnitt presenteras en bakgrund som berör studieområdet som denna undersökning ingår i. Avsnittet inleds med mediernas roll för individens identitet i det moderna samhället, sedan görs en presentation av sociala medier och slutligen presenteras fakta om det sociala nätverket Facebook och det sociala nätverket och bilddelningstjänsten Instagram som står i fokus för denna studie.

2.1 Mediernas roll för individens identitet

I dagens moderna samhälle lär sig individen redan i tidig ålder känna medierna genom bland annat böcker, TV, filmer, radio, tidningar, datorer och mobiltelefoner. Medierna förmedlar allt från tilltalande upplevelser till ångest och kan förklaras som samhällets förlängda arm som når oss ända in i våra hem. Medierna hjälper till att definiera den verklighet vi lever i och visar

oss olika sätt att förstå oss på vår omvärld. Detta gör medierna genom att föra fram föreställningar om exempelvis vad som är bra eller dåligt och fint eller fult (Gripsrud, 2011:19–20). Genom medierna får vi ta del av en rad olika dimensioner av verkligheten, och detta betyder också att mycket vi får ta del av har vi inte själva upplevt och det är möjligt att vi heller aldrig kommer att göra det. Då vi är ständiga mottagare av de föreställningar som förmedlas bildar vi oss uppfattningar om oss själva utifrån denna information. Det kan vara uppfattningar som handlar om vem är jag, vem vill jag vara eller vem vill jag inte vara. Dessa uppfattningar kan förklaras som en individs självuppfattning och brukar även definieras som en individs identitet (Gripsrud, 2011:20). Identitet har betydelsen en-het eller likhet. Individer sorterar intryck från andra och utifrån denna sortering skapar vi oss uppfattningar om likheter och olikheter mellan oss själva och andra individer. En stor del av dessa intryck som gör att vi bildar oss uppfattningar om likheter och olikheter förmedlas via medierna. Medierna är på så vis till hjälp för oss att förstå betydelsen av att till exempel vara kille eller tjej eller betydelsen av att vara barn eller vuxen. Individens identitet kan sägas vara ett kluster av identiteter som består av likheter och olikheter i relation till andra individer (Gripsrud, 2011:20–22).

I det moderna samhället är individen betydligt mer fri i sina val än vad individen var under den mer traditionsbundna epoken då individer under denna period mer eller mindre gavs en given position redan tidigt i livet. I och med att vi idag kan göra friare val har individer en mer sammansatt identitet, detta för att individen har möjlighet till att välja vissa delar i sitt identitetsskapande. Många av de sammansatta identifikationsdelarna är också mediaprodukter (Gripsrud, 2011:25–26). Medierna genomsyrar individers sociala och vardagliga liv alltmer. De är bidragare till många individers förhållande till sig själva vad gäller exempelvis sätt att leva, drömmar, tankar och attityder (Lindgren, 2009:9). Många möjligheter för individens identitetsskapande har internet bidragit till att skapa. Det finns till exempel en uppfattning om att på internet kan individer leka med sin identitet och spela olika roller (Gripsrud, 2011:24–25).

2.2 Sociala medier

Sociala medier är ett samlat begrepp som betecknar webbplatser och tjänster på internet som fungerar som mötesplatser för användarna (Johansson, 2013). Sociala medier omfattar bland annat internetforum som har kommentars- och chattfunktioner som exempelvis forumet Familjeliv, mikroblogger som Twitter, sociala nätverk som exempelvis Facebook, videologer som Youtube och bilddelningstjänster som exempelvis Instagram (Lunds universitet, 2015). Det som skiljer sociala medier åt från traditionella medier, som exempelvis

TV och tidningar, är att de bygger på en tvåvägsinformation. Med tvåvägsinformation menas att det är användarna som bygger innehållet tillsammans. Detta skiljer sig åt de traditionella medierna då dessa bygger på en envägsinformation där det endast är sändaren som står för budskapet. En tvåvägsinformation, som sociala medier bygger på, gör det därmed möjligt för användarna att integrera med varandra (Lunds universitet, 2015). Idag är alla stora sociala medier mobilanpassade och finns i form av applikationer, mobildataprogram, som går att ladda ner till mobila enheter som smarta telefoner och surfplattor. Denna mobila utveckling har medfört att vi mer eller mindre konstant kan närvara på de olika sociala medierna (Johansson, 2013).

Vad som kännetecknar det flesta sociala medier är att de kräver ett medlemskap. I och med medlemskapet får användaren ett eget utrymme där han/ hon kan publicera en bild på sig själv och möjligheten att ange personlig information. Sedan bygger de flesta sociala medier på att användaren har möjlighet att finna och lägga till vänner som knyts an till användarens eget konto. För många är det mest centrala i användningen av sociala medier att dela med sig och ta del av andra vad gäller allt från nyheter till personliga åsikter. Mycket handlar om vad användaren gör, befinner sig någonstans och vilka åsikter användaren har. Med andra ord handlar kommunikationen på sociala medier till största del om vad som händer och är aktuellt just nu (Johansson, 2013). Statistisk från 2014 visar att 64 procent av Sveriges befolkning som är över 12 år besöker sociala nätverk. Facebook är det populäraste nätverket och har medlemmar i många olika åldersgrupper (Stiftelsen för internetinfrastruktur, 2014:29–30).

2.3 Facebook

Det sociala nätverket Facebook grundades år 2004 av Mark Zuckerberg tillsammans med några andra studenter på Harvards universitet i USA. Nätverket har sedan dess vuxit rekordartat och har idag medlemmar över hela världen (Johansson, 2010). Enligt Svenska Dagbladet Näringsliv, som presenterade Facebooks kvartalsrapport för tredje kvartalet år 2013, hade nätverket för tillfället 1,19 miljarder medlemmar (Jakobsson, 2013).

Det övergripande syftet med Facebook är att medlemmarna ska kunna umgås och hålla kontakt med vänner, familj och övriga bekanta över internet. Medlemskapet är gratis och användaren utgår från sitt riktiga namn (Johansson, 2010). På Facebook har användaren en egen profil vilket kan förklaras som dennes personliga sida. Där visas personens valda profilbild och omslagsfoto, allmän personlig information han/ hon valt att fylla i samt många av de aktiviteter och händelser personen gör på nätverket. En profilbild är ett foto som dels visas på användarens profil och dels bredvid alla aktiviteter denne gör, exempelvis bredvid ett

skrivet inlägg eller bredvid en skriven kommentar. Profilbilden är också till hjälp för andra att känna igen en individ då denna bild alltid är offentlig på nätverket. En omslagsbild är ytterligare en bild som visas på användarens profil. Denna bild är av större format och visas ovanför profilbilden. Precis som profilbilden är omslagsbilden också synlig för alla andra medlemmar på Facebook (Facebook, u.å.).

Via användarens profil går det också att lägga till en statusuppdatering. En statusuppdatering är en text som kan handla om precis vad som helst, exempelvis kan personen skriva vad han/hon gör, tycker eller känner. Användaren kan också publicera foton, videoklipp, länkar och/eller annan sorts information. Det finns möjlighet till att bestämma vilka andra medlemmar som ska få tillgång att se en användares statusuppdateringar, bilder och annat som denne väljer att dela med sig av genom att ange särskilda inställningar för detta (Johansson, 2010). Användaren kan söka upp vänner, bekanta och övriga medlemmar på Facebook och sedan skicka en vänförfrågan om att få lägga till medlemmen som vän. Kommunikation mellan vänner kan ske antingen synligt för andra eller privat. Exempelvis kan kommunikation ske öppet genom att en användare skriver i en annan användares profillopp, detta är då synligt för de båda medlemmarnas Facebookvänner om inga inställningar mot detta har gjorts.

Kommunikation kan även ske via privata meddelanden, som har ungefär samma funktion som en e-post, och är då osynliga för andra medlemmar (Johansson, 2010).

En individs vänner på Facebook kan följa alla aktiviteter denne gör samt med möjlighet att kommentera och gilla detta. Att gilla något är ett sätt att lämna en positiv respons utan att kommentera innehållet i ord. Ett gilla görs genom att klicka på gillaknappen som visas under ett inlägg. I användarens nyhetsflöde, som också är Facebooks startsida efter inloggningen, visas kontinuerligt de uppdateringar individens vänner gör. I nyhetsflödet visas också när dennes Facebookvänner kommenterar eller gillar andras inlägg som han/hon inte är vän med (Facebook u.å.). Andra funktioner på Facebook är bland annat möjligheten att skapa och/eller gå med i en grupp, spela spel, medverka i tävlingar, delta i tester bland mycket annat (Johansson, 2010).

2.4 Instagram

Det sociala nätverket och bilddelningstjänsten Instagram lanserades år 2010 och blev år 2012 uppköpt av Facebook (Lindén, 2012). Instagram är en gratis fotoapplikation som går att ladda ner till mobila enheter som smarta telefoner och surfplattor. På Instagram laddar användarna upp bilder och/eller videoklipp tagna av mobiltelefonkameran och delar dessa med andra på nätverket. Instagram utger sig för att vara ”[...] ett enkelt sätt att fånga ögonblick. Förvandla

dina foton och filmklipp till konstverk och dela dem med din familj och dina vänner” (Instagram, Inc. 2015). Innan användaren lägger upp ett foto finns det nämligen en möjlighet att redigera bilden med specialutformade filter. Användaren kan förbättra och omvandla sina bilder genom att exempelvis redigera ljusstyrka, mättnad och kontrast (Instagram, Inc. 2015). På Instagram har användaren en personlig profil där alla dennes upplagda foton och videoklipp sparas. Där visas också användarens följare och vilka han/hon följer. I likhet med Facebook väljer användaren en profilbild som visas på dennes profil (Instagram, u.å.:2). Om inga inställningar görs är användarens foton och videoklipp offentliga och är därmed synliga för alla medlemmar på Instagram. Denna standardinställning går dock att ändra på så att endast följare till en användare får tillgång till att se bilderna och videoklipp den publicerar. För att följa någon skickas en förfrågan till medlemmen som sedan får godkänna eller neka förfrågan (Instagram, u.å.:1). Alla bilder och videoklipp som publiceras av användaren själv och publiceringar gjorda av andra Instagram-medlemmar som användaren följer, går att se i nyhetsflödet som visas direkt när applikationen öppnas. Användaren kan också välja om denne vill dela sina foton och videoklipp även på andra sociala medier då Instagram kan dela bilder direkt till Facebook, Flickr och Twitter (Instagram, u.å.:1). Under varje upplagd bild är det möjligt för användaren att lägga till en text och även publicera den plats användaren befinner sig på. Som tidigare nämnts är det även möjligt att lägga till effekter och ett filter på det foto som ska publiceras. Användaren kan både kommentera och gilla de foton och videoklipp som visas i nyhetsflödet. Ett gilla på Instagram fungerar på liknande vis som på Facebook, det vill säga som ett sätt att ge positiv respons på (Instagram, u.å.:2).

3. TIDIGARE FORSKNING

Det finns en stor mängd forskning som berör sociala medier, och i synnerhet Facebook, och dess påverkan på användarna. Då Instagram är ett relativt nytt socialt nätverk finns det inte så mycket forskning som behandlar just detta forum än så länge. Därav hamnar fokus på tidigare forskning om Facebook och olika typer av påverkan det sociala nätverket har på dess användare. Samtliga studier har valts i syfte att kunna vara till hjälp vid förståelsen av den här studiens kommande resultat.

3.1 Facebook och påverkan

En svensk studie som undersökt Facebook och dess konsekvenser för användarna i Sverige visade att kvinnor som spenderade mer tid på Facebook än de genomsnittliga användandet var

mer missnöjda med sina liv och i högre grad olyckligare. Denna tendens återfanns dock inte hos män, då inget samband mellan välbefinnande och Facebook kunde hittas inom denna grupp individer. Sambandet mellan kvinnors lägre välbefinnande och Facebook tros vara en konsekvens av att en användares presentationer på Facebook sker på de mest fördelaktiga sätt för individen. Studien visade att användarna till största del delade med sig av och skrev ut på Facebook om betydande företeelser och positiva händelser samt om högt välbefinnande. Betydligt färre delade med sig av negativa händelser och känslor. På så vis jämförde sig användare med andra och föreställningar om att andra hade ett exempelvis mer händelserikt liv, mer lyckad yrkeskarriär och bättre relationer kunde uppstå. Denna jämförelse kunde leda till att en användare upplevde sitt egna liv som mindre lyckat (Denti et al. 2012).

Zhao, Grasmuck och Martin (2008) har undersökt unga individers identitetsskapande på Facebook. Resultatet visade en skillnad i hur individerna uppvisade sin identitet på det sociala nätverket mot vad de gjorde i det övriga livet. Samtliga individer som ingick i studien producerade en förfinad bild av sig själva på Facebook. De strävade efter att uppvisa socialt önskvärda egenskaper som de av olika anledningar inte kunnat fastställa i de delar av livet som inte utspelade sig på Facebook eller andra sociala medier. På så sätt visade resultatet att individens identitet på Facebook inte helt överensstämde med individens verkliga identitet utan var snarare en önskvärd identitet (Zhao, Grasmuck & Martin 2008). Resultatet tydde på att Facebook öppnade upp möjligheter för individer att presentera en önskvärd bild av sig själva som de inte var förmögna till att upprätthålla i det övriga livet. Det visade att det var lättare på internet att välja bort att visa vissa saker och på så vis konstruera en bättre bild av sig själv. Ett ytterligare resultat i studien var att se identitetsskapandet på Facebook som en social produkt, där individerna anpassade sig själva till den sociala miljön på ett sätt som gynnade individen till att passa in i just den omgivningen (Zhao, Grasmuck & Martin 2008). Forskarna påpekade dock att internetvärlden och det övriga livet inte ska ses som två skilda världar. Internet ger individer möjligheter och resurser för identitetsskapande som kan vara till användning för att beseгра olika slags begränsningar och svårigheter i det övriga livet. En önskvärd digitalt skapad identitet kan därmed höja individers totala självbild och också öka chanserna att förena de önskvärda egenskaperna till livet utanför internet (Zhao, Grasmuck & Martin 2008). En ytterligare studie, som till stor del stödjer den föregående forskningens resultat, förklarar internet som en miljö där en individs identitet är anpassningsbar och där gränsen mellan vad som är verklighet och dröm kan bli diffus för individen. På Facebook, som är en öppen miljö på internet, har användarna en viss kontroll över hur de presenterar sig.

Facebookanvändarna presenterar en något sänkt realistisk bild av de själva, dock är denna framställning ofta något överdriven. På sociala medier i dolda miljöer, där användaren är mer dold, kan det vara lättare för individen att visa upp en mer idealiserad virtuell identitet (Anderson, Fagan, Woodnutt & Chamorro-Premuzic, 2012).

Toma och Hancock (2013) har undersökt vad som ligger bakom användningen av Facebook och varför det sociala nätverket har blivit så populärt. Resultatet visade att en anledning till dess popularitet var självbekräftelsen som Facebook ger sina användare. Självbekräftelse handlar om individens behov av att se sig själv som värdefull, med andra ord en positiv självbild om sig själv. En positiv självbild fungerar också som en drivkraft för individen. Det som upplevs hota den positiva självbilden försöker individen avfärda eller undvika. Det som istället förstärker den positiva självbilden tar individen till sig och värdesätter.

Studien visade att Facebook-profiler fungerade som en källa till självbekräftelse. På Facebook-profilen kunde individen framställa en utåt sett bra och attraktiv version av sig själv, uppvisa framgång, samt visas även att individen är omgiven av sociala relationer. Studien visade också att individer drogs till sina Facebook-profiler vid en psykisk påfrestning i syfte att förstärka sin nedbrutna självbild. Facebook visade sig därmed fungera som en vardaglig källa för individers självbekräftelse (Toma & Hancock, 2013).

4. TEORETISKT RAMVERK

Som teoretiskt ramverk för studien används Anthony Giddens teori om modernitet och självidentitet. Det finns en medvetenhet om att Giddens utvecklade sin teori före uppkomsten av sociala medier. Dock anses teorin lämpa sig bra för tolkning av denna studie dels då sociala medier kan ses som en modern institution idag och dels för att fokus i studien ligger på hur individernas självidentitet påverkas av detta fenomen. Giddens teori, som fokuserar på skapelsen av en självidentitet, anses därmed kunna förklara skapelsen av en individs självidentitet även under dagens förhållanden. Under litteratursökningen för denna studie lades det märke till att Giddens i stor utsträckning är omnämnd med denna teori än idag, vilket också tyder på att hans teori fortfarande är värdefull. För att tolka och få en förståelse för sociala medier i synnerhet används den tidigare forskningen som hjälp vid detta.

4.1 Modernitet och självidentitet

Anthony Giddens belyser förhållandet mellan moderniteten och det individuella jaget. Han hävdar att globaliseringen av moderna institutioner medfört förändringar av individens vardagliga liv och att dessa omvandlingar i sin tur innebär konsekvenser för det personliga livet (Giddens, 1999). Giddens beskriver den moderna eran som en skenande värld som uttrycks av en ytterst dynamik för det vardagliga sociala livet. Detta sätts i relation till den förmoderna perioden som präglades av traditioner som gav individen direktiv. Under denna förmoderna tid var en individs identitet så gott som given menar Giddens (1999:25, 94). Under moderniteten blir istället frågor om den egna identiteten av central betydelse. Individen ställer sig frågor om vem de ska vara och hur de ska uppträda. Dessa frågor besvaras genom det vardagliga sociala beteendet eller på ett diskursivt sätt (Giddens, 1999:89).

Giddens beskriver sökandet efter sin självidentitet som ett modernt fenomen och menar att självidentitetsmekanismerna har formats just av moderna institutioner likväl som mekanismerna också är med och formar institutionerna. Den moderna världens reflexivitet sträcker sig med andra ord så långt att det når självet mittpunkt (Giddens, 1999:10, 45). Giddens förklarar självet som ett reflexivt projekt som individen har till uppgift att skapa utifrån en mängd olika alternativ och valmöjligheter. Självet reflexiva projekt innebär för individen att upprätthålla en tämligen sammanhängande, dock konstant omarbetad, självbiografi (individens skapta berättelse om sig själv). Giddens förklarar att vi inte enbart har en egen självbiografi utan att vi också lever i en gemensam biografi som är organiserad av psykologiska och sociala strömningar som upplyser oss om en rad möjliga levnadssätt. På detta vis påverkas individen av samhället i de val denne gör (Giddens, 1999:11–13, 24). ”Vi är inte det vi är, utan det som vi gör oss till” är Giddens (1999:95) förklaring av det reflexiva förhållningssättet. Detta betyder dock inte att självet ska ses som ett oskrivet blad tomt på innehåll, utan det individen gör sig till är beroende av dennes ansträngningar (Giddens, 1999:95). Självet identitet kan förklaras som det som individen är medveten om. Enligt Giddens utformas och vidmakthålls en individs självidentitet genom dennes reflexiva handlingar och är därmed inte heller givet (Giddens, 1999:67). Giddens definierar självidentitet som ”självet så som det reflexivt uppfattas av personen utifrån hans eller hennes biografi” (Giddens, 1999:68). En tämligen stabil självidentitet kan förklaras av att individen upplever dennes biografi som kontinuerligt sammanhängande. En individ med känslan av en stabil självidentitet har också ett skyddsnät kring sig som skyddar mot åtskilliga faror som kan

utgöra hot mot självets integritet. Ytterligare en faktor som utmärks av en stabil självidentitet är att individen känner tillräcklig självuppskattning (Giddens, 1999:69).

Det är inte möjligt för en individ att skapa sig en biografi som är fullständigt fiktiv. För att kunna vidmakthålla en normal vardaglig social interaktion med andra måste individens biografi vara något så när sanningsenlig (Giddens, 1999:69–70). Giddens förklarar att det finns en åtskillnad mellan en individs självidentitet och uppträdanden i en del sociala kontexter. I vissa fall kan uppträdandet uppfattas som falskt eller påklustrat. Detta är inte något som behöver äventyra individens självbild, men om uppträdandet gör att individen upplever att denne hela tiden spelar en roll kan detta leda till upplevelsen av ett överkligt innehåll och ett falskt själv. Detta leder i sådana fall till en konflikt med individens självidentitet och den självbiografiska berättelsen (Giddens, 1999:74–75). En instabil självidentitet uttrycks av känslan av att ha en diskontinuerlig självbiografi. Individen kan inneha en rädsla för förändringar som sker i miljön runt omkring som skulle kunna innebära risker för individen. Individens skyddsnät är därmed inte fullt fungerande för yttre faror. En individ med en instabil självidentitet kan även inneha känslan av moralisk tomhet, detta för att individen saknar tillräckligt med självuppskattning. Denna känsla kan infinna sig om individen inte lyckas med att utveckla eller upprätthålla en tro på den egna självintegriteten (Giddens, 1999:68–69).

Vid problem med individens självidentitet är begreppet skam av stor betydelse då känslan av skam är tätt sammanlänkad med självidentiteten. Giddens förklarar skam som en känsla som bygger på ångest över det adekvata i individens självbiografi. Känslan av skam kan infinna sig då en individ upplever en otillräcklighet eller känner sig förödmjukad på något vis. En individs skamkänsla är vanligtvis inriktad på den del av självet som syns, med andra ord kroppen. Skamkänslan kan sägas ha sitt ursprung ur ett upplevt misslyckande som att inte kunnat nå upp till vissa förväntningar satta av individen själv (Giddens, 1999:81–84). Giddens använder sig av begreppet det ideala självet som är synonymt med ”det själv jag vill vara” (Giddens, 1999:85). Det ideala självet fungerar som en källa till individens positivt laddade mål som självidentitetens biografi också skapas utifrån. På detta vis är skamkänslan intimt bunden med en individs självidentitet (Giddens, 1999:85–86). Att känna stolthet och värdighet är skamkänslans motsatthet. Känslan av stolthet innebär att en individ upplever sin självbiografi som enhetlig och med ett värde. Stoltheten är dock konstant hotad av andra individers gensvar, då stolthet är förenat med sociala förbindelser (Giddens, 1999:83–84).

I det sociala livet under den moderna tidsåldern har begreppet livsstil blivit allt viktigare för självidentitetens skapelse (Giddens, 1999:14). Individer står idag inför en mångfald olika val och ett av valen vi tvingas till att välja är en livsstil. Giddens förklarar en livsstil som de praktiker en individ följer och som sedan också fungerar som en inramning av självidentitetens biografi. Dessa praktiker är därmed inte enbart till för att tillgodose individens behov av nytta. Det handlar om rutiner som ingår i bland annat handlingssätt och mode- och matvanor. Då självidentitet är ett reflexivt projekt är också de rutinartade praktikerna ständigt förändrings- och anpassningsbara. De rutinartade valen en individ väljer handlar till viss del om konstruktionen av denne själv, den han/hon vill framstå som. Vad gäller en individs val och utformning av en livsstil påverkas detta av faktorer som socioekonomisk förhållanden, förebilder samt av sociala påtryckningar. Detta betyder att en individs valmöjligheter till skapelsen av dennes livsstil kan vara begränsade (Giddens, 1999:101–103).

Giddens belyser även kroppens funktion för självidentitetens skapelse. Han förklarar den mänskliga kroppen som ett handlingssystem som ständigt medverkar i vardagliga interaktioner. Kroppen har därmed stor betydelse för självidentiteten och en sammanhängande självbiografi (Giddens, 1999:122). Giddens talar om kroppsligt framträdande som handlar om det som är synligt för individen själv och för omgivningen, som kroppens utsida och exempelvis klädsel och/eller utsmyckning. Han talar även om kroppens uppträdande som kan förklaras som en påbyggnad av framträdandet, där den mänskliga kroppens förhållningssätt till vardagslivets normer står i fokus. Det kroppsliga uppträdandet är i hög grad påverkat av miljön runt omkring oss (Giddens, 1999:122–123). Giddens menar att ”individerna anpassar på ett otvunget sätt både sitt framträdande och sitt uppträdande till de krav som de anser gäller i den specifika miljön.” (Giddens, 1999:123).

5. METOD

Nedan beskrivs studiens valda metod, förförståelse för det undersökta fenomenet, urval av informanter, studiens tillvägagångssätt, val av analysmetod, etiska överväganden och slutligen studiens reliabilitet och validitet.

5.1 Metodval

Då denna studie haft till avsikt att undersöka betydelsen av sociala medier i relation till individers uppfattning om sig själva lämpade sig en kvalitativ metod bäst. För att besvara studiens frågeställning har därför kvalitativa intervjuer genomförts. Metoden har valts i syfte att intervjuer är bra för att komma åt individers tankar, känslor, upplevelser och attityder (Ahrne & Svensson, 2011:23) samt i syfte då det är en bra metod för att nå en förståelse av ett fenomen sett utifrån individens egna perspektiv (Kvale & Brinkmann, 2009:17). Intervjuer beskrivs av Ahrne och Svensson (2011:56) som ett oslagbart verktyg på många sätt och vis. Genom intervjuer skapas möjligheter att samla in normer, uttryck, känslöstämningar och sådant som tas för givet. En styrka är att det går att röra sig fritt mellan intervjuer och analysen. Det är till exempel möjligt att genomföra ytterligare intervjuer om det vid analysprocessen visar att det saknas information eller om ytterligare teman har visat sig som forskaren vill utveckla. En ytterligare fördel med metoden är att en intervju genomförs relativt snabbt (Ahrne & Svensson, 2011:56–57).

Den specifika form av intervjuer som genomförts till studien är halvstrukturerade intervjuer. Denna intervjuform strävar efter att förstå teman i individens vardagsvärld utifrån dennes egna perspektiv. Intervjuformen har liknelser med ett vardagssamtal, men då intervjun innehar ett syfte är den halvstrukturerad och därmed inte helt öppet som ett vardagligt samtal, men heller inte helt slutet likt en enkät (Kvale & Brinkmann, 2009:43). Anledningen till valet av halvstrukturerade intervjuer grundar sig i viljan att nå både de strukturerade och ostrukturerade intervjuernas styrkor. Standardiserade frågor är bra vid jämförelser av svaren och öppna frågor eller ett helt öppet tema ger en bredare bild av det upplevda fenomenet (Ahrne & Svensson, 2011:40).

5.2 Förförståelse

Enligt Ahrne och Svensson (2011:21) är forskarens roll av stor betydelse för en studie. De definierar en bra forskare som en som strävar efter distans, opartiskhet och minsta möjliga egna medverkan under forskningens process. Ett sätt att nå detta förhållningssätt är enligt Fejes och Thornberg (2009:25) att forskaren sätter parentes runt sin förförståelse. Detta görs i syfte för att nå ett mer öppet och fördomsfritt förhållande till studien. Av denna anledning är det av stor vikt att presentera min förförståelse av studiens undersökningsområde. Jag har själv erfarenhet av användningen av sociala medier och är medlem i både Facebook och Instagram. Mitt användande på de två sociala nätverken kan förklaras som ett passivt användande då jag väldigt sällan/ näst intill aldrig publicerar bilder, texter och annan

information på nätverken. Jag har en föreställning om att sociala medier har en inverkan på individers liv i både positiv och negativ bemärkelse. Dels tror jag att sociala medier kan inspirera och motivera individer i positiv riktning. Dock föreställer jag mig att det finns fler negativa aspekter av användningen av sociala medier än vad det finns positiva aspekter. En fördom jag har är att de ständiga flödet i sociala medier kan påverka en individ negativt i form av en oro över att inte känna sig tillräcklig.

5.3 Urval

Urvalet av intervjupersoner till denna studie har gjorts genom ett bekvämlighetsurval av personligt bekanta kontakter. Bryman (2001:114) beskriver ett bekvämlighetsurval som ett urval av individer som vid den givna tidpunkten finns tillgängliga för forskaren. Anledningen till användningen av ett bekvämlighetsurval grundar sig just i att denna grupp individer fanns tillgängliga vid tillfället av denna studie. Sex stycken individer har intervjuats för studien, varav tre kvinnor och tre män i åldrarna mellan 20 och 32 år. Åldern på informanterna har haft betydelse och valts ut i syfte att begränsa studien till en åldersgrupp som består av unga vuxna. Samtliga individer är medlemmar på de två sociala nätverken Facebook och Instagram. Det krav som ställdes på informanterna för en medverkan i studien var att de ska vara medlemmar i både Facebook och Instagram sedan minst ett år tillbaka. Det andra kriteriet var att informanterna ska besöka både Facebook och Instagram minst en gång per dag. Dessa kriterier sattes för att individerna skulle ha en viss erfarenhet och hunnit bilda sig en uppfattning om de sociala nätverken.

5.4 Tillvägagångssätt

I studiens förberedande stadie tematiserades intervjuprojektet, vilket innebar att syftet med studien klargjordes och grundläggande förkunskaper söktes för att få en bekantskap med det aktuella studieområdet. I det här skedet avgjordes också vilka intervju- och analystekniker som ansågs mest lämpade för studien. Enligt Kvale och Brinkmann (2009:120–121) är detta en viktig process att gå igenom innan påbörjandet av intervjuer. Innan intervjuerna genomfördes upprättades en intervjuguide med givna teman samt med förslag på frågor tillhörande dessa teman. Detta utifrån den halvstrukturerade intervjuens principer (Kvale & Brinkmann, 2009:43). Samtliga sex intervjuer utfördes individuellt med informanterna. Anledningen till varför individuella intervjuer valdes att göra för studien var tron om att få mer utförliga och ärliga svar om samtal sker med informanterna en och en istället för om informanterna ska ha intervjuats i grupp. Tre av intervjuerna skedde öga mot öga i en lugn

miljö utan störningar, medan resterande tre intervjuer gjordes via telefon då det inte fanns möjlighet att träffa dessa informanter. Samtliga intervjuer spelades in med informanternas tillåtelse. En fördel med att träffa informanten för en intervju är att kroppsspråk och ansiktsuttryck kan antecknas under intervjuens gång. Detta hör till telefonintervjuens nackdelar, samt att dessa samtal kan bli mer formella. En fördel med telefonintervjuer är att dessa är betydligt mer tidsbesparande än fysiska intervjuer (Ahrne & Svensson, 2011:46).

Telefonintervjuens nackdelar ses dock inte som något problematiskt för denna studie.

Intervjuerna som genomfördes via telefon anses ha en likvärdig kvalitet som intervjuerna där informanten träffades.

Vid transkriberingen av studiens insamlade intervjumaterial var syftet att få lättlästa utskrifter som enkelt kunde arbetas vidare med under analysprocessen. Allt som sades i intervjuerna togs med noggrannhet med i utskriften, dock med en del språkliga justeringar för läsvänlighetens skull. Exempel på språkliga justeringar som gjordes var att uttalanden som ”eh” och ”öh” inte togs med i transkriberingen. Samt har flera fall av språkliga slanguttryck skrivits om till ett korrekt skrivspråk, som exempelvis ”nått” har skrivits om till ”något” och ”nån” har skrivits om till ”någon”. Då ett språkligt slanguttryck varit av betydelse för uttalandets innehåll har detta dock inte ändrats på. Vidare gjordes en del språkliga justeringar vid upprepningar av enstaka ord, där en upprepning inte valdes att ta med i utskriften. Intervjuerna lyssnades igenom två gånger för att få en god kännedom om materialet som helhet. Redan under transkriberingsprocessen inleddes också själva tolkningen av intervjumaterialet.

5.5 Analysmetod

Meningskoncentrering tillämpades som analysmetod för studien. Enligt Fejes och Thornberg (2009:112) är denna metod väl användbar vid ett mindre omfattande intervjumaterial. Då denna studie utgörs av en mindre mängd insamlat intervjumaterial anses metoden därmed lämpa sig bra. Meningskoncentrering innebär att informanternas uttalanden omformas till kortare formuleringar, även kallat meningsenheter, där den huvudsakliga innebörden av uttalandet återges (Kvale & Brinkmann, 2009:221). Studiens analys inspirerades av Kvale och Brinkmanns (2009:221–223) exempel på meningskoncentrering. I analysprocessens första steg lästes alla transkriberade intervjuer igenom för att få en helhetskänsla av materialet. Nästa steg var att med kortare formuleringar återge huvudinnebörden i längre uttalanden som sagts av informanterna. Alla formuleringar numrerades så att de lätt kunde kopplas ihop med det ursprungliga uttalandet. Sedan började en mer detaljerad analys av formuleringarna. De

mest centrala och dominerande meningsenheterna tematiserades till olika teman för studien. Dessa teman utvecklades utifrån studiens tillämpade teori och namngavs *det ideala självet, ett främjande för stoltheten* och *en hotad stolthet*. Utifrån studiens syfte och frågeställning riktades sedan frågor till meningsenheterna. I detta skede ställdes även frågor om hur teorin och den tidigare forskningen på bästa sätt kunde kopplas in. I det sista steget gjordes en sammanställning av resultatet utifrån studiens tre teman.

5.6 Etiska överväganden

I studiens design och genomförande har jag löpande förhållit mig till de etiska regler som gäller för vetenskaplig forskning. Det har tagits hänsyn till informerat samtycke och kraven för konfidentialitet. Samtliga av studiens informanter informerades muntligt om det huvudsakliga syftet med studien, att deltagandet är frivilligt och att de när som helst kan avsluta sin medverkan i studien om så önskas. Även information om vem/ vilka som kommer att ha tillgång till studien och hur dess material senare kommer att användas informerades tydligt. Genom att informanterna godkände denna information gavs ett muntligt informerat samtycke till att medverka i studien (Kvale & Brinkmann, 2009:87). Det fanns också en noggrannhet att se till konfidentialitetskraven som innebär att alla identifierbara uppgifter om en informant ska hållas anonymt i studien, detta för att säkra individens personliga integritet (Kvale & Brinkmann, 2009:88–89). Av detta skäl används fiktiva namn på informanterna, samt har andra uppgifter som kan vara identifierbara med individen anonymiserats i studien.

5.7 Reliabilitet och validitet

Reliabilitet handlar om tillförlitlighet som i sin tur handlar om att studien är korrekt genomförd och validitet handlar om att man undersökt det man haft till avsikt att undersöka (Thurén, 2007:26). Det är dock svårt att testa reliabiliteten inom intervjuforskningen. Alla individer tolkar saker och ting olika och detta medför att en och samma studie kan förklaras på olika sätt beroende på vem som tolkar materialet (Kvale & Brinkmann, 2009:200). För att uppnå en så hög reliabilitet som möjligt i denna studie undveks att ställa ledande frågor i intervjuerna. Istället ställdes öppna frågor med många följdfrågor för att få en så stor förståelse som möjligt av informanternas uttalanden samt som en försäkring om att ha tolkat informanten på rätt sätt. Vid otydliga svar bads informanten att förtydliga sitt uttalande, detta för att det inte skulle råda tvivel om vad informanten menade med sitt svar. Efter transkriberingen av intervjumaterialet gjordes ytterligare en avlyssning av intervjuerna. Detta för att vara säker på allt kommit med i utskriften och på rätt sätt. Inspelningarna höll en hög

ljudkvalité vilket gjorde att det aldrig var något problem med att höra vad informanterna uttalade sig om, detta medförde att det aldrig rådde något tvivel om ett uttalande. Vad gäller den kvalitativa forskningens validitet är den i stort bunden till den hantverksskicklighet som forskaren visar (Kvale & Brinkmann, 2009:268). För att uppnå validitet i denna studie har undersökningen ständigt ifrågasatts och kontrollerats i en reflexiv process.

6. RESULTAT/ ANALYS

Nedan presenteras studiens resultat och analys utifrån de teman som utvecklades under analysen. De teman som följer är *det ideala självet*, *ett främjande för stoltheten* och *en hotad stolthet*. Tolkning av resultatet har gjorts med hjälp av Anthony Giddens teori om modernitet och självidentitet och tidigare forskning inom det aktuella studieområdet.

6.1 Det ideala självet

Att publicera bilder på Facebook och Instagram visade sig spela en central roll i informanternas användning av de sociala nätverken. Det visade sig vara av stor betydelse att bilderna, sett ur individens perspektiv, är att betrakta som fina på något sätt för att de ska vilja publicera dem. Det visade sig finnas ett gemensamt mönster bland informanterna, samtliga hade en profilbild på sig själv som mer eller mindre noggrant valts ut med anledning av att fotot var fint, roligt eller uttryckte en personlig egenskap. Maja talade om profilbilder och berättade hur det brukar gå till när hon ska förnya sin profilbild:

När jag får för mig att jag vill ändra profilbild så kan det gå åt lång tid för att få till ett bra foto på mig själv. Det är liksom viktigt att, särskilt med profilbilder som verkligen syns, att det verkligen är en fin bild på mig själv.

Ronja beskrev sitt val av profilbild på Facebook:

Den valde jag för att jag tyckte att den var rolig och att det var ett sådant roligt ögonblick för mig speciellt. Och så tyckte jag att den var fin också.

Oskars profilbild på både Facebook och Instagram var ett foto på honom själv från en resa han nyligen hade gjort. Han beskrev varför han hade valt just detta foto till hans profilbild:

[...] för att det uttrycker mig, för jag är en sådan som vill göra och hitta på saker.

Informanternas val av omslagsbild på Facebook visade sig också följa ett mönster. Däremot var ett foto på sig själv inte lika viktigt att ha som omslagsbild, utan det var snarare viktigt att bilden visade något som företräder de personligen. Samtliga informanter hade en omslagsbild som antingen uttryckte ett intresse eller på något annat som positivt representerade eller speglade individen. Adam sade:

Just den bilden är lite rolig. Och det är ju också mitt stora intresse den visar.

Jenny beskrev hennes valda omslagsbild:

[...] och som omslagsbild har jag någonting jag tycker är vackert. Som representerar lite vem jag är.

Det var märkbart att individerna hade en vilja av att presentera en så bra bild av de själva som möjligt. Det tyder på att de presenterar sig själva utifrån det själv de *vill* framstå som. Detta kan tolkas i linje med vad Giddens (1999:85) kallar det ideala själv, som är det själv individen vill vara och som fungerar som en källa till individens positivt laddade mål. På så vis kan individernas framställning av sig själva också betraktas som ett reflexivt projekt med målet att de vill visa upp en så bra sida som möjligt av sig själva. Detta görs genom att individerna publicerade fina och roliga foton på antingen sig själva eller på annat, som på något vis företräder denne på ett positivt sätt. Detta reflexiva förhållningssätt blir extra påtagligt i Majas uttalande. Att ägna tid åt att ta bra bilder på sig själv är ett tydligt reflexivt moment som ligger bakom hennes framställning av sig själv.

Även när informanterna publicerade övriga foton och texter på Facebook och Instagram, låg det en del eftertanke bakom deras beslut att publicera dessa. Informanterna gav en märkbar antydning om att de endast publicerade texter och bilder med målet att det skulle uppfattas som positivt av andra. Oskar sade:

[...] så man får ju inte visa någon dålig sida av sig själv. Så jag skulle aldrig lägga ut någon dålig grej liksom. Jag lägger bara ut livets bra sidor.

Rikard hade en liknande uppfattning som Oskar:

Det är nog bara positivt, det tror jag. Man vill ju framstå så bra som möjligt så det blir ju aldrig något negativt.

Ronja påpekade också det faktum att vilja uppfattas på ett positivt sätt av andra:

Det är klart att ingen lägger upp grejer som gör att andra kan tänka: Den där tjejen är ju dum i huvudet! Det tror jag liksom inte att man gör. Så man vill väl att saker som läggs ut ska uppfattas ganska positivt. Jag skulle till exempel inte vilja lägga upp en ful bild. För då vet man ju att den ligger där och visas för alla.

Detta går också i en tydlig linje med Giddens (1999:85) teori om det ideala självet. Här uttryckte individerna ordagrant en vilja av att framstå så bra som möjligt och i syfte att andra användare ska uppfatta deras framställning som något positivt. Individernas positiva framställningar av sig själva kan också tolkas som ett sätt att upprätthålla en sammanhängande självbiografi. Att ingen av individerna hade i åtanke att publicera något som kunde uppfattas som negativt kan tolkas som att deras självbiografi i sådana fall skulle kunna bli diskontinuerlig och eventuellt falla i värde. Enligt Giddens (1999:67, 69) är en sammanhängande självbiografi ett måste för att känslan av en stabil självidentitet ska finnas hos individen. Giddens (1999:67) förklarar självidentitet som de aspekter individen är medveten om och som utformas genom dennes reflexiva handlingar. Informanternas uttalanden visade att de var väl medvetna om deras framställning av sig själva och då de valde att presentera sig själva utifrån ett visst sätt, i det här fallet som något positivt, kan detta tolkas som en reflexiv handling i utformandet av dennes självidentitet.

Samtliga informanter talade om att det var viktigt att andra medlemmar på Facebook och Instagram skulle se att dem var aktiva och hade ett socialt privatliv. I form av text och bilder ville de visa upp *att* dem gjorde saker och samtidigt visa *vad* de gjorde. Oskar sade:

Man vill ju visa att man finns, så är det ju liksom. Och visa att man gör roliga saker.

Informanterna medgav att de publicerade texter och bilder vid roliga och speciella händelser som de hade upplevt, vid positiva känslor över något och vid resor och semestrar. Adam berättade att han gärna delade med sig av bilder och text vid specifika händelser och när positiva känslor hade infunnit sig:

Ofta är det om det har hänt något roligt eller om man är extra glad över något och så.

Det framgick också tydligt att det var vid utvalda tillfällen som informanterna valde att publicera bilder och texter på de sociala nätverken. Ronja sade:

Man väljer ju ut sina bra stunder. Man lägger ju liksom inte upp en bild på när man ligger i soffan hemma och kollar på TV, utan bara när man gör saker.

Att informanterna på Facebook och Instagram publicerade händelser ur sina liv kan tolkas som ett sätt att upprätthålla en sammanhängande självbiografi. Att det är utvalda tillfällen och händelser som individerna publicerade kan förklaras som ett sätt att fånga upp värdet av denna berättelse (Giddens, 1999:83). Detta kan även kopplas i relation till Denti et al. (2012) som menar att användares presentationer på Facebook görs på de mest fördelaktiga sätt för individen. Att det handlar om presentationer på ett fördelaktigt sätt är tydligt då samtliga ovannämnda citat tyder på att individerna väljer ut de delar av sina liv de vill att andra ska se.

Alla informanter hade någon gång retuscherat ett foto innan det publicerades på de sociala nätverken. Hälften av informanterna gjorde det dock mindre sällan medan den andra hälften retuscherade bilderna så gott som varje gång innan bilderna publicerades. Denna företeelse gjordes främst på Instagram då denna applikation har ett inbyggt retuscheringsprogram och informanterna upplevde det som en enkel och snabb process att göra innan de publicerade ett foto. Jenny sade:

Ja, jag gör det varje gång jag lägger ut bilder. Det är väldigt sällan man inte använder något filter. Man vill ju göra bilden finare och kanske fånga den känslan man har. Ibland tycker jag inte att bilden man tar med kameran motsvarar den känslan man ser i verkligheten. Och då vill man ju förstärka den på något sätt.

Jenny gav sedan ett exempel på en retuschering av ett foto som förstärker den individuella känslan:

Om man själv är väldigt fin och har läppstift så kanske man vill belysa läppstiftet och ingenting annat för att skapa ett mer konstnärligt uttryck i bilden, som gör att den får mer djup. Eller att man liksom förstärker känslan.

Rikard berättade varför han brukade retuschera sina foton:

Ja det gör jag nästan jämt. Man vill ju ta bort lite skavanker och så. Jag tror att alla gör det!

Ronja, som också brukade retuschera sina bilder innan en publicering, redogjorde varför hon valde att göra om sina bilder:

För att göra bilden finare. Det är ju så pass enkelt att ändra det också. Man kan lyfta bilden på så många olika sätt genom det. Jag skulle aldrig lägga upp en bild som jag känner blev ful. Jag måste känna att jag är nöjd med bilden.

Att individerna retuscherade sina bilder innan de publicerade dem på de sociala nätverken är ett tydligt tecken på ett reflexivt moment av individernas framställning av sig själva.

Anledningen till varför informanterna retuscherade sina bilder var i syfte att skapa finare bilder och ta bort oönskade detaljer på bilderna. Dessa ansträngningar individerna gör går tydligt i linje med det reflexiva förhållningssättet ”vi är inte det vi är, utan det vi gör oss till” (Giddens, 1999:95).

Det tyder även på att presentationen individerna ger av sig själva är en något förfinad bild av dem. Att skapa en förfinad bild av sig själv på internet är ett märkbart resultat i forskningen om individers identitetsskapande på internet och i synnerhet Facebook (Zhao, Grasmuck & Martin, 2008; Anderson et al. 2012; Toma & Hancock, 2013). Den tidigare forskningen visade att den förfinade bilden som en individ skapar på en öppen miljö på internet, som exempelvis på Facebook, är en någorlunda sann bild men något överdriven (Anderson et al. 2012). Informanternas uttalanden tyder också på att de förmedlar en sann bild av sig själva, som dock är överdriven i den meningen att många foton som publiceras är omgjorda. Detta går också i linje med Giddens (1999:69–70) och hans påstående om att det inte är möjligt att skapa och samtidigt upprätthålla en självbiografi som är fullständigt fiktiv. Det skulle i sådana fall inte vara möjligt för individen att fungera i vardagliga sociala interaktioner med andra. Det är dock möjligt att kringgå sanningen till viss del utan att äventyra individens självbild.

Det rådde inget tvivel hos informanterna om att det rörde sig om mestadels positiva publikationer från andra användare på Facebook och Instagram. Oskar beskrev hur han upplevde andras publikationer:

Att alla liksom har det så bra hela tiden. Det känns som att alla människor är som lyckligast på sociala medier. Eller ja, det är ju liksom det som visas i alla fall.

Han beskrev vidare:

[...] och man vill ju inte vara sämre än någon annan liksom. När man ser mycket positivt läggs ut så vill man ju också bidra med något och framstå som bra känns det som.

Maja upplevde även att andra medlemmar på de sociala nätverken framställde sig som duktiga på olika sätt:

Alla ska ju visa sig så himla bra och duktiga hela tiden. De tränar och de äter nyttigt och jag vet inte vad. Men då vill man ju själv också visa att man är duktig liksom, så är det ju.

Giddens (1999:23–24) menar att vi inte enbart lever i vår egen självbiografi utan att det finns gemensamma biografier som upplyser oss om en rad möjliga levnadssätt. Sociala medier kan tolkas som en sådan biografi där medlemmarna av nätverken är källan till upplysningen av möjliga levnadssätt. Det går att antyda att individerna påverkas av andra användares framställda levnadssätt på Facebook och Instagram. Individerna upplever andra användare, i det är fallet, som positiva och lyckliga människor och de själva vill inte visa sig sämre än andra utan följer samma spår. Giddens (1999:123) menar att vi anpassar vårt kroppsliga uppträdande och framträdande till de normer som gäller för den miljö vi befinner oss i. Då uppträdandet och framträdandet individerna gör på de sociala nätverken inte är av fysiskt kroppslig karaktär, eftersom interaktionen sker bakom en dataskärm, är det ändå tydligt att samtliga individer anpassade sig på ett eller annat sätt till de upplevda normerna på nätverken. Alla individer hade någon slags uppfattning om att miljön på Facebook och Instagram genomsyrades av positiva attityder, ett fint yttre och en strävan efter att ses som duktig. Individerna anpassade sig till dessa normer genom att själva också framställa sig som positiva och duktiga människor. Detta går i linje med Zhao, Grasmuck och Martins (2008) forskning som tyder på att identitetsskapandet på Facebook kan ses som en social produkt där individen anpassar sig till den sociala miljön för att passa in. Att informanterna anpassar sitt uppträdande till miljön på de sociala nätverken tolkas dock inte som att de framför falska uppträdanden, utan snarare att de tänker efter och väljer ut det de vill visa andra på nätverken.

6.2 Ett främjande för stoltheten

Samtliga individer upplevde att det var viktigt att få respons från andra medlemmar när de publicerade texter och bilder på Facebook och Instagram. De beskrev andras respons som roligt och önskvärt att få och att de blir glada när andra väljer att kommentera eller gilla det de själva publicerat på nätverken. Maja berättade:

Det är klart, man vill ju att andra ska kommentera eller gilla det man lägger ut. Det är ju lite därför man gör det också.

Adam beskrev sin upplevelse av responsen från andra användare:

Det är ju roligt om någon kommenterar. Då vet man ju också att ens kompisar har läst det man skrivit ut.

Jenny upplevde det också positivt att få respons av andra och beskrev känslan av att få kommentarer av andra användare:

Oftast blir man ju väldigt glad, det är väldigt sällan jag blir ledsen av det. Eller det har aldrig ens hänt att jag blivit ledsen, nu när jag tänker efter.

Att individerna upplevde det värdefullt att få respons av andra användare på Facebook och Instagram kan förklaras av kopplingen mellan sociala kontakter och en individs känsla av stolthet och värdighet. En positiv respons i form av en kommentar eller ett gilla kan fungera som ett lyft för individens stolthet. Enligt Giddens (1999:83–84) upplever individer med en enhetlig och för dem värdefull självbiografi en känsla av stolthet och denna känsla är förenad med sociala förbindelser.

Flera av informanterna upplevde även andras respons som uppmuntrande och betraktade responsen som en hjälp till att nå vissa mål. Rikard berättade att han brukade lägga ut bilder på sin pågående viktning och visa de framsteg han gör. Han betonade betydelsen av den respons han får när han publicerar dessa bilder:

Det ger ju mig en extra push i rätt riktning tror jag. Andra ser ju vad jag gör och så där och folk tycker att jag gör ett bra jobb. Då vill ju jag fortsätta med det!

Han tillade att han publicerade dessa bilder i syfte för att nå positiv respons från andra som i sin tur gjorde att han kände sig uppmuntrad. Samtidigt fick han också chansen att visa upp en, enligt honom, förbättrad bild av sig själv. Han sade:

Det är väl för att pusha mig själv egentligen. Eller ja, också för att andra ska se att jag inte längre är den där överviktiga killen som jag var en gång i tiden.

Jenny beskrev betydelsen av att få respons från andra på ett liknande sätt som Rickard:

[...] så det är väl en boost för en själv när man tycker att man är duktig och vill ha bekräftelsen från andra som också tycker att det är bra liksom.

Även detta fall tyder på att responsen från andra användare på de sociala nätverken fungerar som en källa för individernas stolthet och framförallt en källa för deras upplevda värdighet. Den uppmuntrande responsen kan tolkas ge individerna en känsla av självuppskattning, som är en utmärkande faktor för av en stabil självidentitet (Giddens, 1999:69). Detta kan även kopplas till Toma och Hancocks (2013) slutsats, att Facebook fungerar som en källa för självbekräftelse. Både Rikard och Jenny gav uttryck av att ha ett behov av att se sig själva som värdefulla och att responsen de får av andra användare på Facebook och Instagram fungerar som en drivkraft för dem. Enligt Toma och Hancock (2013) handlar självbekräftelse om behovet av att ha en positiv självbild och att individen dras till det som stärker dennes självbild. I detta fall stärks individerna av den uppmuntrande respons de får genom att de själva publicerade bilder och text som illustrerar någon slags välgång.

Utifrån både Rikards och Jennys uttalanden går det att tyda att ett reflexivt moment är en bakomliggande faktor för den respons de får. De publicerade bilder och text för att nå denna uppmuntran av andra. Uppmuntran i form av kommentarer från andra eller att andra gillar det dem har publicerat kan beskrivas som en hjälp för dem att nå deras positiva strävanden som enligt Giddens (1999:85–86) arbetas fram utifrån det ideala självet.

Det framgår mer eller mindre av informanterna att vänner på Facebook och följare på Instagram är av betydelse för dem. Här hade dock betydelsen en skillnad beroende på vilket nätverk vi talade om. På Facebook var det av stor vikt att individernas vänner, familj och bekanta utgjorde dennes Facebookvänner. De uppgav att de aldrig godkände en vänförfrågan på Facebook om de inte visste vem personen ifråga var. Samtliga informanter hade satt ett

kriterium att inte godkänna en vänförfrågan på Facebook om de aldrig hade träffat personen tidigare. På Instagram var det också viktigt att individernas vänner, familj och bekanta utgjorde dennes följare på nätverket. Däremot kunde flera av individerna på Instagram godkänna följare som de inte var bekanta med sedan tidigare, vilket de ofta också gjorde. Anledningen till detta visade sig var för att individerna ansåg det vara önskvärt att ha många följare på nätverket. Att ha många följare förknippades med förhoppningar om mer respons från andra samtidigt som de upplevde sig själva som mer populära. Jenny beskrev varför det var önskvärt för henne att ha många följare på Instagram:

Ju fler man har som följer en, förhoppningsvis får man ju mer kommentarer och likes på sina bilder då.

Oskar visade sig aktiv på Instagram för att på så sätt nå fler följare. Han berättade varför det var av stor betydelse för honom:

Jag lägger upp bilder för att man får ju inga följare om man inte lägger upp något. Det är ju töntigt om man skulle gå in och så har man inga följare. Det ser ju häftigare ut om du har fler följare än vad du följer. Då känner man ju sig populär liksom.

Enligt Toma och Hancock (2013) fungerar en individs Facebookprofil som en källa till självbekräftelse. Förutom att det är möjligt att framställa en attraktiv och utåt sett bra bild av sig själv så visas i profilen att individen är omgiven av sociala relationer. Detta kan vara en förklaring till varför individerna upplever det viktigt med att ha Facebookvänner och följare på Instagram. Önskan om att ha många följare på Instagram stärker detta resonemang ytterligare. Det går dock inte att specifikt dra slutsatsen om att vänner och följare fungerar som ett sätt att stärka individernas självbild, dock tyder individernas uttalande på att det är av positiv bemärkelse och önskvärt att visa sig omges bland många vänner. Detta kan också kopplas till en av de faktorer som utmärker en stabil självidentitet, nämligen då individen känner tillräckligt med självuppskattning, vilket är förenat med sociala relationer (Giddens, 1999:69).

Det visade sig vara relativt viktigt för individerna att, åtminstone ibland, publicera text och bilder på både Facebook och Instagram. Maja förklarade varför hon upplevde detta vara viktigt för henne:

[...] alltså, vissa människor som aldrig gör en uppdatering eller lägger ut en bild, dem blir ju bortglömda. Och jag vill inte bli bortglömd!

Oskar, som också upplevde att det var viktigt att publicera bilder och texter på nätverken, förklarade varför det hade en sådan stor betydelse för honom:

Man vill ju liksom bli sedd av andra. Och man blir ju glad när folk uppskattar det man lägger ut. Det är nog därför jag gör det.

Rikard upplevde att han såg mycket träningsrelaterade bilder på både hans nyhetsflöde på Facebook och i flödet på Instagram. Han upplevde dessa bilder som motiverande till att själv publicera liknande bilder:

[...] och jag vill ju också lägga ut bilder när jag ser sådant. Och visa att jag också tränar, så blir det ju.

Det tyder på att individerna gör en del ansträngningar för att bli sedda av andra och i syfte att inte riskera att bli bortglömda. Ansträngningar görs mer eller mindre ofta genom att publicera texter och bilder på Facebook och Instagram. Detta kan förklaras som ett reflexivt moment i upprätthållandet och skapandet av individens självbiografiska värde och stolthet. Giddens menar att stoltheten är konstant hotad av andra individers gensvar (Giddens, 1999:83–84). Men då individerna söker sig till social kontakt och också får den besvarad kan individerna vidmakthålla sin självbiografi och känslan av stolthet.

Flera av individerna upplevde att de kan bli inspirerade av vad andra medlemmar publicerar på Facebook och Instagram. De blev inspirerade av vad andra har köpt och av vissa aktiviteter andra användare har gjort. Adam blev inspirerad av när andra publicerade bilder på nyinköpta saker och ting, som exempelvis bilar. Han förklarade:

[...] på så vis blir ju Facebook och Instagram nästan som reklam egentligen. Så man blir ju inspirerad!

Maja lät sig också bli inspirerad av andra användares bilder, men istället för bilar fann hon inspiration av moderrelaterade bilder. Hon inspirerades av andras kläder, smycken, frisyrier och sminkningar:

Jag kan få mycket inspiration och tips från mina vänner när de lägger upp bilder på exempelvis dagens outfit eller när de gjort sig iordning och är fint sminkade och är fina i håret för kvällens fest. Då vill jag liksom ta efter och också göra mig fin.

Ronja upplevde att hon kunde inspireras av andras sociala aktiviteter de publicerade på nätverken:

Det kan ju vara givande. Till exempel om någon varit på en bra restaurang. Att man kan få tips om saker och ting liksom.

Ronja tillade att bilder som andra publicerade på de sociala nätverken väckte mer känslor och inspiration hos henne än vad en skriven text gjorde. Hon förklarade skillnaden:

Vi säger om någon tar kort på en strand i Thailand då tänker man: Shit vad gött det skulle vara att åka till Thailand! Men sen om någon skriver i en statusuppdatering att personen är i Thailand, då känner jag inte alls samma sak. Bilder väcker liksom mer känslor.

Detta kan relateras till skapelsen av en livsstil. Giddens (1999:11, 24, 101) menar att vi står inför många olika val och ett av valen är att välja en livsstil. Han förklarar en livsstil som de praktiker en individ följer och som också fungerar som en inramning av individens självidentitet. Psykologiska och sociala strömningar informerar individerna om olika tänkbara levnadssätt och val. Det tyder på att både Facebook och Instagram fungerar som informationskällor där medlemmarna av nätverken förmedlar olika alternativ till livsstilar. Informanterna påverkas av detta genom att inspireras av andras publikationer. Då Giddens (1999) i sin mening antyder att en sådan yttre påverkan är av negativ karaktär för människans sociala liv, uttrycker informanterna denna påverkan som något positivt i detta fall. De får inspiration och tips som de själva kan applicera till sin livsstil, vilket uppfattas som positivt att få ta del av.

6.3 En hotad stolthet

Samtliga informanter uttryckte någon form av oro gällande deras användning av Facebook och Instagram. En del av informanterna upplevde en oro eller rädsla över att inte få något gehör eller respons på det individen publicerat på nätverken. Jenny lekte med tanken om att hon inte skulle få något gensvar på en bild hon valt att publicera:

Om ingen annan skulle gilla eller kommentera bilden så skulle man ju känna sig skittråkig, verklig. Fan vilket misslyckande i sådana fall! Så en sådan bild skulle jag ju aldrig lägga upp igen då.

Rikard upplevde en liknande oro när han publicerade bilder på sig själv:

Mina bilder jag lägger ut på min viktnedgång är ju ganska blottläggande av mig själv eftersom jag enbart visar upp mig i kalsonger på mina före- och efterbilder jag lägger ut. Så självklart har man ju en liten rädsla inom sig om vad folk kommer att skriva, eller om de ens kommer att skriva nått. Det har i och för sig aldrig hänt att någon skrivit något elakt, men det ligger ju där och gror, ifall någon skulle skriva något dumt liksom.

Den upplevda oron och rädslan individerna uttryckte är ett tecken på en självidentitet som upplevs vara instabil. Enligt Giddens (1999:68–69) är ett utmärkande drag av en instabil självidentitet en rädsla för förändringar som sker i den runtomkringliggande miljön som skulle kunna innebära risker för individen. Det går att tyda att individerna i detta fall upplevde andra användare på Facebook och Instagram som en riskfaktor. Andra användare utgör en risk för individerna i den meningen att de antingen inte ger någon respons över huvud taget eller att andra användare *kan* komma att ge respons, men som dock inte anses vara av önskvärd karaktär för individerna. Rikard uttryckte att han själv aldrig varit utsatt för någon elak kommentar men att han hade en rädsla för att det skulle *kunna* hända att han drabbades av det. I båda fallen ovan är det just en förändring, något som inte vanligtvis brukar hända, som de är oroliga och rädda för ska inträffa. Detta tyder också på att individernas skyddsnät inte är fullt fungerande, vilket är en utmärkande faktor vid en rädsla för förändringar som kan innebära risker (Giddens, 1999:69). Rikards uttalande går också att koppla till begreppet skam, dock i en ringa bemärkelse. En skamkänsla är vanligtvis inriktad mot kroppen och stimuleras av bland annat förödmjukelser (Giddens, 1999:82). Uttalandet tyder inte på att en skamkänsla upplevs, dock att denna känsla skulle kunna uppstå vid en dum kommentar som riktar sig mot individens yttre.

Ronja uttryckte också en viss oro, men i synnerhet en förväntan över att vissa andra ska kommentera eller gilla en del bilder hon valt att publicera på de sociala nätverken. Hon riktade en särskild förväntan på att hennes närmsta vänner ska ge henne någon slags respons:

Säg om man lägger upp en intern bild av något slag, då vill man ju ha någon kommentar av dem som fattar den. I det läget förväntar jag mig liksom att få kommentarer.

Att ändå ha förväntningar på att andra ska ge respons, trots en viss upplevd oro, kan tolkas som ett reflexivt sätt att försöka avfärda de eventuella riskerna det annars kan innebära. Det vill säga risken av att ingen väljer att ge en kommentar avfärdas med hjälp av att istället vara förväntansfull över att få kommentarer.

Individerna gav även uttryck av att jämföra sig med andra användare och deras framställningar av sig själva på de sociala nätverken. Jämförelserna bidrog till att individerna upplevde att de själva inte hade en lika bra tillvaro som andra och inte upplevde sig själva som fullt så aktiva som andra gav en antydning om att vara. Maja beskrev denna upplevelse:

Jag kan känna lite såhär att man inte har det lika bra som alla andra verkar ha det. De verkar ha det så mysigt hela tiden med fina middagar och mysiga hemmakvällar.

Oskar hade en liknande upplevelse:

[...] då kan man ju känna såhär att: Wow, han gör det och hon gör det, och själv gör jag ingenting.

Denti et al. (2012) förklarar att Facebookanvändares presentationer av sig själva sker på de mest fördelaktiga sätt för individen och att de till allra största del publicerar sådant som betraktas som positivt för andra. Därför jämför sig individer med dessa framställningar och föreställningar om att andra har ett bättre liv och bättre relationer kan då uppstå. I det här fallet påverkades informanterna på ett liknande sätt av andras fördelaktiga framställningar av sig själva. Det tyder på att individerna upplevde sitt egna liv som lite sämre än andras i vissa jämförda situationer. Det tyder också på att individerna upplevde sin självidentitet som instabil. En individ med en instabil självidentitet kan sakna tillräckligt med självuppskattning och därmed inte lyckas med att utveckla eller upprätthålla en tro på den egna självintegriteten (Giddens, 1999:68–69). Detta gavs det en antydning om då individerna inte värdesätter sig själva lika högt som andra.

Även Jenny uttryckte att hon jämförde sig själv med andra användare på de sociala nätverken. Hon berättade att många av hennes vänner och bekanta hon följer på både Facebook och Instagram publicerade texter och bilder på hur mycket de tränar, vilken nyttig mat de äter, vilket resultat det ger på deras kroppar och rent generellt hur duktiga de är. Jenny jämförde sig

med dessa individer och upplevde sig själv som att inte vara tillräckligt fin och inte lika duktig som andra utgav sig för att vara:

[...] och det peppar liksom inte mig, utan jag känner mig nog mer illa till mods, för att jag själv inte tycker att jag räcker till. En tjej till exempel, hon har ju tränat jättemycket nu i typ 1 år och gått ner ganska mycket i vikt och blivit jävligt fit och snygg. Men för mig är det målet så långt bort så därför triggas jag inte av sådant. Utan jag blir mer såhär: åh, vad dålig jag är!

Adam upplevde också en viss oro över sitt utseende, men till skillnad mot Jenny så handlade hans oro över vad andra tycker om hans utseende. Han berättade att han har en del utseendemässiga komplex och var ibland orolig över att andra skulle yttra någon dum kommentar om hans utseende:

Vissa folk kan ju skriva dumma saker och tycka att man ska se ut på ett visst sätt, det har man ju sett. Det har inte hänt mig än så länge, men det är något jag är lite rädd för att det kanske ska hända någon gång.

När en individ har problem med sin självidentitet kan känslan av skam uppstå. Giddens (1999:81–84) förklarar skam som en känsla som bygger på det adekvata i individens självbiografi och denna känsla kan uppkomma om individen upplever sig förödmjukad eller otillräcklig på något vis. Det är tydliga exempel som visade att informanterna upplevde sig själva som otillräckliga vid vissa tillfällen. Informanterna antydde att känslan av otillräcklighet riktade sig mot individens utseende, att de inte såg sig själva som tillräckligt fina. Adam uttryckte även en rädsla över att bli förödmjukad på grund av sitt utseende. Enligt Giddens (1999:84) riktar sig just skamkänslan vanligtvis mot det som är synligt på individen, med andra ord det kroppsliga. Individernas upplevelser av att känna sig otillräckliga tyder i det här fallet på att de inte riktigt kunnat nå upp till sina mål om det själv de vill framstå som. Giddens (1999:84) menar att skamkänslan har sitt ursprung i ett upplevt misslyckande av att inte leva upp till det ideala självet.

I samtliga ovannämnda fall är individernas stolthet hotad och i det sistnämnda fallet är stoltheten till och med ersatt av skamkänslor.

7. SLUTDISKUSSION

Syftet med denna studie var att undersöka betydelsen av sociala medier i relation till individers uppfattning om sig själva. Syftet hade för avsikt att besvaras av forskningsfrågan: *Hur påverkar användningen av sociala medier individers självidentitet?*

Resultatet av denna studie visade tydligt att Facebook och Instagram påverkade individerna i deras skapande av en självidentitet. Det var uppenbart att samtliga individer ville framstå så bra som möjligt på de sociala nätverken och detta gick i linje med individens mål av det Giddens (1999:85) kallar för det ideala självet som är synonymt med det själv individen vill vara. Presentationerna individerna förmedlade via texter och bilder var en förfinad version av de själva, dock inte osann, utan mer av ett överdrivet uttryck av önskvärda egenskaper.

Presentationerna är förfinade i den meningen att individer väljer ut de bilder och tillfällen de vill visa för andra på de sociala nätverken. Att det till stor del handlade om förfinade presentationer blev särskilt påtagligt i det fall individerna retuscherade sina foton innan de publicerades på Facebook och framför allt på Instagram. Resultatet pekade tydligt på att det ligger ett reflexivt moment bakom individernas presentationer av sig själva. Målet med de reflexiva handlingarna var att visa upp en så bra sida som möjligt av sig själv. Individernas framställningar av sig själva på Facebook och Instagram fungerar som ett upprätthållande av en sammanhängande självbiografi som också utgör en stabil självidentitet.

Resultatet visade ett antal faktorer som hade en positiv inverkan på individernas självidentitet. Detta var positiv respons från andra medlemmar och att omges av många vänner och följare på de sociala nätverken. Till viss del visade sig också att andra medlemmars publikationer och framställningar vara positivt inspirerande för individerna, detta i relation till skapelsen av individernas livsstil. Dessa nämnda faktorer visade sig ha betydelse för skapandet och upprätthållandet för individernas självbiografi och fungera som ett främjande för deras stolthet.

Dock visade sig en särskilt utmärkande faktor som vid vissa tillfällen hotar stabiliteten. Resultatet visade att negativa inverkningar på individernas självidentitet kunde uppkomma då de jämförde sig själva med andra medlemmars presentationer av sig själva på Facebook och Instagram. Vid sådana jämförelser uppkom känslor av att vara otillräcklig i någon bemärkelse. Dessa fall var ett tecken på att individerna inte nådde upp till sina mål om det ideala självet. Individernas stolthet visade sig i dessa fall vara hotad och självidentiteten uttrycktes vara instabil. I särskilda fall var stoltheten till och med ersatt av skamkänslor hos individen.

Resultatet visade att Facebook och Instagram till största del gav individerna möjligheter att lyckas upprätthålla en stabil självidentitet. Dock är de ständigt hotade av andra medlemmars gensvar.

Det fanns en medvetenhet, som tidigare också har nämnts, att Giddens teori om självidentitet utvecklades innan sociala medier uppkom. Därmed gick det inte att nå en specifik förklaring med hjälp av Giddens teori om förhållandet mellan individen och just sociala medier som fenomen. Denna teori visade sig dock vara väl lämplig vid tolkningen och förståelsen av individernas skapande av sin självidentitet även under dagens förhållanden. Då sociala medier visade sig ha många drag som liknar det Giddens förklarar som moderna institutioner sade teorin en hel del om dess påverkan på individen. Exempelvis tyder resultatet på att Facebook och Instagram fungerar som informationskällor, där medlemmarna av nätverken förmedlar olika alternativ till livsstilar.

I förhållande till tidigare forskning visade denna studie på liknande resultat. I likhet med Dentis et al. (2012) forskning visade den här studiens resultat på att en jämförelse med andra användare på Facebook i vissa fall gav upphov till att individerna upplevde sin egen tillvaro som sämre än andras. Dock tyder resultatet på en viss motstridighet då en jämförelse med andra i vissa fall istället kunde leda till att individerna uppmuntrades till att även visa upp sina bra sidor. Zhao, Grasmuck och Martins (2008) forskning visade resultatet att individer skapar en förfinad bild av sig själva på Facebook som inte helt överensstämmer med individens övriga identitet utan är digitalt skapad av önskvärda egenskaper. Deras resultat visade även att användarna anpassar sig till att passa in i den sociala miljön på nätverket. Även dessa resultat överensstämmer med den här studiens resultat. Individerna förmedlar en förfinad presentation av sig själva samt förhåller sig till de upplevda normerna de anser finnas på Facebook och Instagram, det vill säga positivitet, duktighet och finhet. Det går dock inte att dra några slutsatser huruvida individernas digitalt skapade identiteter påverkar deras totala självbild, vilket är ett ytterligare resultat i Zhao, Grasmuck och Martins (2008) forskning. Anderson et al. (2012) menar att Facebookanvändare presenterar en något sånär realistisk bild av de själva, dock en överdriven framställning. Den här studien tyder på samma resultat. Genom retuscherade och noggrant utvalda bilder presenterar sig individerna på Facebook och Instagram. Det tyder på en sann framställning, dock överdriven då individerna inte visar vad som helst ur sin vardag och också i den meningen att de gör om bilderna. Toma och Hancock (2013) redovisade slutsatsen att Facebook, och i synnerhet individens Facebookprofil, ger sina

användare självbekräftelse. I den meningen att individerna upplever det önskvärt att omges av många vänner, som då kretsar till individens profil, ger detta en antydning om att stämma, eller åtminstone vara av positiv bemärkelse, även i denna studie.

Min förförståelse och mina fördomar om sociala mediers påverkan besannades till viss del då resultatet visade att användningen av Facebook och Instagram bidrar med både negativa och positiva aspekter för individen. Vad som dock blev till en överraskning var att de sociala nätverken fungerade som mestadels positivt för skapandet av individernas självidentitet. Min föreställning var att det ständiga flödet i sociala medier kan upplevas som negativt i form av en upplevd stress och oro över att inte känna sig tillräcklig. Dock visar sig dessa tendenser att finnas, men inte i lika stor omfattning som min fördom sa.

Ett intressant resultat i denna studie som särskilt kopplas till användningen av Instagram är hur individerna mer eller mindre retuscherar sina foton innan de publiceras på nätverket, detta i syfte att göra bilden mer tilltalande och för att ta bort oönskade detaljer. Hur kan detta komma att påverka individen i det verkliga livet? Verkligheten har, som bekant, ingen möjlighet att erbjuda individen retuscher. Hur ska vi då upprätthålla vårt fina, retuscherade jag i det verkliga sociala livet? Kan det tänkas att vi kommer bli ännu mer fixerande över vårt yttre och att vi mår ännu sämre över att inte kunna nå upp till de allt mer förvrängda bilderna vi ser? Detta är ett område jag anser det bör föras vidare forskning kring.

8. REFERENSLISTA

- Ahrne, G. & Svensson, P. (2011). *Handbok i kvalitativa metoder*. Malmö: Liber AB.
- Anderson, B., Fagan, P., Woodnutt, T., & Chamorro-Premuzic, T. (2012). Facebook psychology: Popular questions answered by research. *Psychology of Popular Media Culture*, 1(1), ss. 23-37. DOI: [dx.doi.org/10.1037/a0026452](https://doi.org/10.1037/a0026452)
- Bergström, A. (2010). *Personligt och privat i sociala medier*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Bryman, A. (2001). *Samhällsvetenskapliga metoder*. Malmö: Liber AB.
- Denti, L., Barbopoulos, I., Nilsson, I., Holmberg, L., Thulin, M., Wendblad, M., Andén, L., & Davidsson, E. (2012). *Sweden's largest Facebook study*. Göteborg: Göteborgs universitet.
- Facebook (u.å.). Hjälpcenter. <http://sv-se.facebook.com/help/219443701509174/>
[2015-05-22]
- Fejes, A. & Thornberg, R. (2009). *Handbok i kvalitativ analys*. Stockholm: Liber AB.
- Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet: Självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos AB.
- Gripsrud, J. (2011). *Mediekultur och mediesamhälle*, Göteborg: Daidalos AB.
- Instagram (u.å.:1). About Faq. <https://instagram.com/about/faq/> [2015-04-28]
- Instagram (u.å.:2). Help. <https://help.instagram.com/371306456286878/> [2015-05-23]
- Instagram, Inc. (2015). *Instagram* (version 6.12.0) [mobilapplikation]. Tillgänglig: App store.

- Jakobsson, J. (2013). Facebook rusar efter kvartalsrapport. *Svenska Dagbladet Näringsliv*, 30 oktober. http://www.svd.se/naringsliv/facebook-rusar-efter-kvartalsrapport_8674944.svd
- Johansson, H. (2010). Fakta om Facebook. *Skolverket*, 9 september. <http://www.skolverket.se/skolutveckling/resurser-for-larande/kollakallan/kallkritik/sociala-medier/fakta/facebook-1.151969>
- Johansson, H. (2013). Fakta om sociala medier. *Skolverket*, 7 februari. <http://www.skolverket.se/skolutveckling/resurser-for-larande/kollakallan/kallkritik/sociala-medier/fakta>
- Kvale, S. & Brinkmann S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Lindén, Signe (2012). Facebook köper Instagram. *Computersweden*, 9 april. <http://computersweden.idg.se/2.2683/1.442399/facebook-koper-instagram>
- Lindgren, S. (2009). *Populärkultur – Teorier, metoder och analyser*. Malmö: Liber AB.
- Lunds universitet (2015). *Guide för sociala medier*. Lund: Lunds universitet.
- Stiftelsen för internetinfrastruktur (2014). *Så använder vi sociala medier*. (Rapport Svenskarna och internet 2014). Stockholm: Stiftelsen för internetinfrastruktur.
- Sundberg, O. (2015). Social hälsa – sociala medier. *Hälsosidorna*, 21 maj. <http://www.halsosidorna.se/socialhalsa.htm>
- Thurén, T. (2007). *Vetenskapsteori för nybörjare*. Malmö: Liber AB.
- Toma, C.L. & Hancock, J.T. (2013). Personality and Social Psychology Bulletin: *Self-Affirmation Underlies Facebook Use*, 39 (3), ss. 321- 331. DOI: 10.1177/0146167212474694.

Zhao, S., Grasmuck, S. & Martin, J. (2012). Computers in Human Behavior: *Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships*, 24 (5), ss. 1816- 1836. DOI: 10.1016/j.chb.2008.02.012.

9. BILAGA

9.1 Intervjuguide

Användning av Facebook

Hur länge har du varit medlem i Facebook?

Hur mycket tid spenderar du på Facebook?

Hur skulle du beskriva ditt användande av Facebook?

Varför besöker du Facebook?

Hur har du utsmyckat din Facebook-profil?

Hur pass viktigt eller oviktigt är det med Facebookvänner?

Nyhetsflödet på Facebook

Vad upplever du att andra delar med sig av på Facebook?

Hur påverkar det dig?

Upplever du att du läser mest positiva eller negativa statusuppdateringar?

Vad för sorts bilder ser du på Facebook som andra lägger upp?

Hur påverkas du av dessa bilder?

Hur tycker du att andra presenterar sig på Facebook?

Vad känner du när någon skriver, delar information om eller lägger ut bilder på:

- Träning?
- Hälsosam mat?
- Bilder på sig själva?
- Bilder på sociala aktiviteter (exempelvis resor, festligheter, restaurangbesök m.m.)?

Hur påverkar det dig?

Övrigt om Facebook

Vilka normer upplever du på Facebook?

Hur förhåller du dig till dessa?

Vad har du för positiva upplevelser av Facebook?

Vad har du för negativa upplevelser av Facebook?

Upplever du att du har förändrats sedan du blev medlem i Facebook?

Användningen av Instagram

Hur länge har du varit medlem i Instagram?

Hur mycket tid spenderar du på Instagram?

Varför besöker du Instagram?

Hur skulle du beskriva ditt användande av Instagram?

Har förhåller du dig till användarfunktionen som gör det möjligt att retuschera foton på Instagram?

Hur pass viktigt eller oviktigt är det för dig att ha följare och följa andra?

Flödet på Instagram

Vad upplever du att andra delar med sig av för bilder på Instagram?

Hur påverkar det dig när du ser dessa bilder?

Hur upplever du att andra presenterar sig på Instagram?

Vad känner du när någon lägger ut bilder på:

- Träning?
- Hälsosam mat?
- Bilder på sig själva?
- Bilder på sociala aktiviteter (exempelvis resor, festligheter, restaurangbesök m.m.)?

Hur påverkar dessa bilder dig?

Övrigt om Instagram

Vilka normer upplever du på Instagram?

Hur förhåller du dig till dessa?

Vad har du för positiva upplevelser av Instagram?

Vad har du för negativa upplevelser av Instagram?

Upplever du att du har förändrats sedan du blev medlem i Instagram?