



**JMG – INSTITUTIONEN FÖR
JOURNALISTIK, MEDIER OCH
KOMMUNIKATION**

UNGA MED DUBBLA INSTAGRAMKONTON

En kvalitativ studie om tonårstjeje
användande av flera Instagramkonton

Anna Andersson Björk

| | |
|---------------|-------------------|
| Uppsats: | 15 hp |
| Kurs: | MK1500 |
| Nivå: | Grundnivå |
| Termin/år: | VT 2019 |
| Handledare: | Malin Sveningsson |
| Kursansvarig: | Malin Sveningsson |

Abstract

| | |
|----------------|--|
| Examensarbete: | 15 hp |
| Program: | Medie- och kommunikationsvetenskap vid Institutionen för journalistik, medier och kommunikation, Göteborgs Universitet |
| Nivå: | Grundnivå |
| Termin/år: | VT 2019 |
| Handledare: | Malin Sveningsson |
| Kursansvarig: | Malin Sveningsson |
| Sidantal: | 54 |
| Antal ord: | 17 173 |
| Nyckelord: | Instagram, ungdomar, parintervjuer, självrepresentation, publiksegregation |

-
- Syfte:** Studien syftar till att skapa en djupare förståelse kring ungas användning av Instagram genom att analysera fall där de har mer än ett konto. Genom att undersöka den företeelsen ämnar jag reflektera kring hur de ser på privat och offentligt.
- Teori:** Symbolisk interaktionism, Erving Goffmans dramaturgiska teorier, vidareutveckling av Erving Goffmans teorier på sociala medier
- Metod:** Kvalitativ studie baserad på parintervjuer
- Material:** Tre kvalitativa parintervjuer med sex respondenter i åldrarna 14-18 år.
- Resultat:** Resultaten för studien visar att de olika kontona på Instagram har olika syften för respondenterna. Det privata kontot är en plats för privata saker och roliga minnen att dela med sina närmsta vänner. På det öppna, deras vanliga konto, är självrepresentationen betydligt viktigare. Kommentarer är roligare än likes, speciellt på det privata kontot. Där handlar det mer om att skapa en diskussion, som ett sätt att fortsätta och vidareutveckla en interaktion som skett ansikte mot ansikte. Respondenterna är alla väl medvetna om den publiksegregation de gör på de olika kontona. De spelar olika roller och jobbat med sina olika regioner inför olika publikker, vilket gör att de är noga med att publikerna inte blandas.

Förord

Jag vill tacka mina respondenter som ställde upp på intervjuer för att göra studien möjligt.
Även ett stort tack till min handledare Malin Sveningsson för allt ditt stöd och engagemang.

Tack!

Executive summary

As we live in a world of constant digital change which we more or less need to follow and adapt to. It is neither no news that teens often are the first ones to adapt to new digital trends on social medias. What seems to have been or are a trend among teens today are to have double or multiple Instagram accounts, where at least one is public, and one is private. Therefor this study aims to gain richer knowledge about how teens use Instagram by analyzing those cases where they have more than one account. By doing that I will also reflect how they view private and public.

To do that I have interviewed six teens in pairs, in the age of 14-16 years old. I reached out to three girls that I know have one private and one public Instagram account, to see if they and their friends would agree to do interviews for the study. By using Erving Goffman's theoretical perspectives, I have studied how the respondents choose to represent themselves on their different accounts, as well how they use the term audience segregation to separate their different followers and audiences.

The interviews resulted in that the different accounts have different purpose; the public profile is the one the respondents use the most to represent a perfect picture as possible of their everyday life when the private profile is used to share fun memories with only the closest friends. The self-representation is more important on the public profile when it can be seen as a place to market yourself and present the best of your front stage. The private profile can be seen as a break from the perfectly curated Instagram life and lets the respondents have a private digital place just for them and their friends, where they can share more of their back stages and be more relaxed about what they post.

Conclusions that can be drawn are that the respondents have different dimensions for what is public and private. With the audience segregation and the private settings, they do, they make sure that the different audiences don't get access to the same content. The need to have a digital private place could be seen as a free zone from the digital stress and norms society gives us. Although that can also be one of the reasons why it isn't enough for teens today to just be private with friends offline, but they also need a digital room just for them and their friends. The study can be seen as a further research on teens use of social media, specifically Instagram, viewed with Goffman's dramaturgical theories.

Innehållsförteckning

| | |
|---|----|
| 1. Inledning..... | 1 |
| 2. Bakgrund..... | 3 |
| 2.1 Unga och internet..... | 3 |
| 2.2 Ungas självrepresentation på internet..... | 4 |
| 2.3 Unga vill vara ifred från sina föräldrar på internet..... | 5 |
| 2.4 Publiksegregation..... | 6 |
| 3. Teori..... | 8 |
| 3.1 Symbolisk interaktionism..... | 8 |
| 3.2 Goffmans dramaturgiska teorier..... | 9 |
| 3.3 Vidareutveckling av Goffmans teorier på sociala medier..... | 11 |
| 4. Syfte och frågeställningar..... | 13 |
| 5. Metod..... | 14 |
| 5.1 Val av metod och design..... | 14 |
| 5.2 Urval..... | 14 |
| 5.3 Datainsamling..... | 16 |
| 5.4 Databearbetning och analys..... | 17 |
| 5.5 Forskningsetiska överväganden..... | 17 |
| 5.6 Metoddiskussion..... | 18 |
| 6. Resultat och analys..... | 20 |
| 6.1 Användning av dubbla eller flera Instagramkonton..... | 20 |
| Privat eller öppet..... | 20 |
| Användandet av Instagram..... | 21 |
| Dubbla eller flera konton..... | 22 |
| 6.2 Agerande – självrepresentation..... | 24 |
| Vad som laddas upp på Instagram..... | 25 |
| Ett bra första intryck..... | 26 |
| En teater på Instagram..... | 27 |
| Ett noga urval av bilder..... | 28 |
| Olika sidor av sig själv..... | 29 |
| 6.3 Interaktion..... | 30 |
| Viktigt med likes eller inte..... | 30 |
| Kommentarer är roligare för de skapar en diskussion..... | 33 |
| 6.4 Medvetenhet - publiksegregation..... | 35 |

| | |
|---|----|
| Privata till för den närmsta kompiskretsen..... | 35 |
| En plats utan föräldrar, vuxna och syskon | 37 |
| 7. Slutdiskussion..... | 41 |
| Referenser..... | 44 |
| Bilagor | 46 |

1. Inledning

Internet har blivit en viktig plats för social interaktion idag. Sociala medier definieras som kommunikationskanaler som gör det möjligt för användare att genom bild, text eller ljud kommunicera med varandra (Nationalencyklopedin 2019). Till skillnad från massmedier bygger sociala medier på innehåll som skapas och används av användarna (ibid). Att dela information om våra liv och vår vardag på sociala medier är idag ett vanligt fenomen. Människor interagerar med miljontals andra människor dagligen via sociala medier världen över (Van Dijck 2013:4). Utbudet av sociala plattformar på internet har påverkat sättet människor interagerar både individuellt och på en gemenskapsnivå, då den digitala världen ständigt växer och utvecklas (ibid).

Sociala medier är inte bara plattformar som möjliggör för social interaktion mellan människor utan är även platser där vi ges möjligheten att presentera en bild av oss själva för omvärlden. Instagram är en av de vanligaste digitala sociala plattformarna för foto-och videodelning. I Sverige är det dagliga användandet av Instagram störst i åldersgrupperna 12–15 år (87%) och 16–25 år (86%) (SOI, 2018). Det är vanligare att det är en större andel kvinnor i alla åldergrupper som använder Instagram (ibid.). Bland unga idag har det blivit allt mer vanligt och en självklarhet hos många att ha dubbla eller flera Instagramkonton. Linnea Holst och Isa Galvan diskuterar dubbla konton i ett avsnitt av podcasten *Jakten på likes* (2017), en podcast riktad främst till föräldrar om ungas beteende på internet. Femtonåriga Tyra Axner berättar i podcasten att ha två konton är vanligt, ett konto som är tillgängligt för alla och ett som bara är tillgängligt för de närmsta vännerna. Hon berättar om det privata konton: *“Där är jag precis som när jag är med mina bästa vänner, lägger upp roliga videos och så. Det skulle jag aldrig göra på mitt stora konto”*.

Tre unga tjejer som jag är bekant med som är fjorton, sexton och arton år gamla har jag förstått också har dubbla konton på Instagram. När jag frågar dem varför de har två eller fler konton får jag oftast svaret *“På den öppna lägger man ju bara upp fina bilder och på den privata kan man lägga upp alla fula bilder.”*. Det får mig att undra, varför lägga upp de fula bilderna från första början? Jag kan förstå att det är ett sätt att dela vardagen med sina vänner utan att alla ska kunna se, möjligtvis kunna dölja saker för sina föräldrar och att man på sitt öppna konto kanske vill visa upp en mer tillrättalagd bild av sig själv. Det är inte svårt att anta att jämförelser lätt kan förekomma i en digital värld där bland annat vänner, kändisar och

influencers finns på sociala medier, vilket troligtvis gör att man lätt följer trender och samtidigt vill visa upp den bästa bilden av sig själv. Blir det privata kontot som någon form av trygg plats i den digitala världen? Eller handlar det bara om att man vill ha en plats på internet bara för sig själv och sina närmsta vänner? Vill man skapa någon exklusivitet i vem som får följa en på de olika kontona och vad de då får se? Kan det här finnas kopplingar till att man vill efterlikna någon form av kändisskap och exklusivitet som kändisar möjligtvis har på sociala medier gentemot sina följare?

Inom den tidigare forskningen talas det mest i stora drag om ungas identitetsskapande på sociala medier och självrepresentation. Fenomenet med dubbla eller fler konton på Instagram har noterats tidigare, främst i studier som rör självrepresentation på Instagram. Rachel Faleatua diskuterar bland annat i sin artikel *Insta brand me: playing with notions of authenticity* (2018) om kvinnors självrepresentation på Instagram att man kan ha flera konton på för olika ändamål. Caroline Franklin och Kim Nordin konstaterade i sin kandidatuppsats *EN SCROLLANDE GENERATION En kvalitativ studie om unga användares inställning till reklam på Instagram* (2015) att en del av ungdomarna de intervjuade hade dubbla Instagramkonton. När de frågade sina respondenter varför de hade dubbla konton fick även de svaren att många laddade upp sina fula bilder på sin privata Instagram och de fina på sin offentliga (ibid.). Franklin och Nordin studerade inte de dubbla konton närmre utan fokuserade mer på vad deras studie syftade till, att analysera ungas inställning till reklam på Instagram.

Henry Jenkins, Mimi Mizuko Ito och danah boyd (2016:59) menar att i fortsatta studier kring unga och deras medievanor måste vi ta hänsyn till alla de olika sätt som ungdomar kommer i kontakt med nya medier. Även de olika kontexter som unga använder sig av olika medier i som blir definierade utifrån resurser, begränsningar, normer och förväntningar (ibid.). Genom att fortsätta studera hur unga använder sociala medier, såsom Instagram, kan vi skapa en fortsatt djupare förståelse för hur ungdomars internet- och medievanor ser ut idag och hur utvecklingen mottages bland dem. Användandet av specifikt dubbla eller fler Instagramkonton, ett privat och ett mer öppet Instagramkonto, inte verkar vara så rikt studerat vill jag med min studie vidareutveckla forskningen kring självrepresentation och fokusera mer på publikåtskillnaden unga gör på Instagram idag.

2. Bakgrund

I bakgrundskapitlet tas tidigare forskning upp som har delats upp i tre kategorier: unga och internet, ungas självrepresentation på internet och ungas vilja att få vara ifred från föräldrar på internet.

2.1 Unga och internet

Ungdomars medie- och internetvanor är ett relativt rikt beforskat ämne. Samtidigt är det ett ämne som ständigt är under förändring då sociala medier och internet konstant utvecklas, vilket gör ämnen relevant för både akademien och samhället. Den konstanta tillgängligheten och exponeringen av en själv för en bredare publik, som internet kan bidra till, kan tänkas generera en viss självmedvetenhet hos unga redan i en tidig ålder.

I boken *It's Complicated - the social lives of networked teens* har danah boyd (2014) studerat hur ungdomars vardagsliv har förändrats i takt med digitaliseringen och ger oss mer kunskap kring ungdomars deltagande och användande av sociala medier. Sociala mediers ständiga utveckling påverkar vår vardag, samtidigt som sättet människor och specifikt ungdomar tar sig an sociala medier påverkar teknikens utveckling menar boyd (ibid.). Utvecklingen kan på så sätt tänkas ha genererat nya sociala situationer och nya sätt att förhålla sig till dem. Ungdomar lär sig snabbt att navigera på sociala medier och därmed skapar diverse metoder och strategier för att hantera sociala mediers komplexitet och de situationer som kan uppkomma (boyd 2008:2).

Howard Gardner och Katie Davis menar att den digitala utvecklingen även har skapat en unik generation som är fundamentalt annorlunda i sitt medvetande kring teknik än äldre generationer, vilket i sig skapar fler kortare tekniskt definierade generationer (2013:38,52). Den unika generation som de talat om kallar de för *app generation*, det vill säga en generation som inte bara är uppvuxna runt appar utan som även ser på världen genom appar (ibid:7). I intervjustudier har de studerat hur unga tänker kring och använder sig av digitala medier samt vilka fördelar och begränsningar de ser (ibid:11). Trots att både boyds, Gardners och Davis studier är genomförd för några år sedan är de fortfarande relevanta i den konstanta digitala utvecklingen då ungdomars grunder till olika agerande inte förändras lika konsekvent.

2.2 Ungas självrepresentation på internet

Att framträda inför en föreställd publik är inget nytt fenomen. Politiker, skådespelare och författare framträder alla inför en föreställd publik och drivs av vem de tror ska titta och ta del av deras framträdanden (boyd 2008:144). Det blir en del av deras professionella yrke att kontrollera sin självpresentation inför en föreställd publik. För ungdomar däremot är det en del av deras vardag att navigera bland olika kontexter och föreställda publikationer på sociala medier (ibid.). Deras potentiella publik kan vara global men oftast är ungdomars uppfattade och föreställda publik väldigt lokal, bestående av människor de redan känner (ibid.).

Det har blivit allt vanligare de senaste åren att ungdomar använder sig mer av foto och videor för olika former av självuttryck på sociala medier (Jenkins, Ito & boyd 2016:57), som exempelvis Instagram. Enligt de ungdomar som danah boyd intervjuade för sin studie i boken *Taken Out Of Context* (2008:143) var andra människor en av de viktigaste faktorerna för hur de valde att framställa sig själva online. De bekymrade sig över vem de trodde ville, skulle eller kunde se deras profiler på diverse kanaler (ibid.). Därmed blev deras innehåll och hur de agerade på sociala medier format utefter en föreställd publik som de inte exakt visste vem det var (ibid.). Genom att framställa sig själv för den här föreställda publiken försökte även ungdomarna definiera olika sociala situationer och kontexter (ibid.). Förmågan att förstå hur publiken (följarna), kontexten och identiteter hänger samman menar boyd är en av de främsta utmaningarna i att förstå och navigera bland sociala medier (2014:30). Den avsedda publiken för det man vill uttrycka på exempelvis Instagram är viktigt oavsett vem den faktiska publiken är (ibid.). Den sociala kontexten definieras även av den avsedda eller föreställda publiken (ibid:32).

Den identitet som ungdomar skapar på sociala medier diskuterar Gardner och Davis (2013:60ff) är utformade för att visa upp en önskvärd bild av sig själv. Det kan förekomma skillnader mellan identiteten online och offline lika mycket som det inte gör det, att ungdomar påstår sig vara samma person online som offline (ibid:63). Att vara någon annan än sig själv online verkar inte vara lika mycket av en norm som tidigare (ibid:64). boyd påpekar även att det vi vill försöka förmedla till andra påverkar vad vi delar på sociala medier för att skapa ett gott intryck av oss själva (2014:48).

Rachel Faleatua (2018) diskuterade i sin artikel att självrepresentationen på Instagram, bland en del kvinnliga Instagramanvändare, har ökat och påverkat deras medvetenhet kring de möjligheterna att marknadsföra sig själv. Den respons de fick från sina följare utifrån hur de

valde att presentera sig själva på Instagram motiverade dem att se jaget mer som ett varumärke. Hon menar även att processen att ladda upp bilder på Instagram med förväntningar på uppmärksamhet och bekräftelse från omvärlden kan förklaras utifrån Banet-Weisers teori om att lyckad marknadsföring av jaget bygger på bekräftelsen från omvärlden (ibid.).

2.3 Unga vill vara ifred från sina föräldrar på internet

boyd diskuterade i *Participatory Culture in a Networked Era* (Jenkins, Ito & boyd 2016:46-47) att teknik ofta fungerar som någon slags avlastning och plats att ventilera med varandra för ungdomar. En plats där de kan umgås med sina vänner och samtidigt känna en form av frihet och möjlighet att kontrollera, där de annars är mer eller mindre kontrollerade i sin vardag av föräldrar och andra vuxna (ibid.). Utifrån olika former av frustration skapar ungdomar vad boyd kallar för *networked publics*, vilket innebär gemenskaper skapade online vilka kan efterliknas offentliga platser (ibid.). Alltså skapar de sina egna platser, som de själva kan mer eller mindre styra över, att umgås med sina vänner via internet. Ungdomar och speciellt tonåringar är i en period i livet då många ofta har svårt att veta, eller håller på att ta reda på vem de är och i vilka sociala kontexter de känner sig bekväma i (boyd 2014:52f). Däremot har internet inte skapat en plats bortom de svårigheterna att veta vem man är och var man hör hemma, utan ungdomar ställs fortfarande inför svårigheterna att lista ut sin plats bland de olika sociala kontexter online som i verkligheten (ibid.).

Tidigare när internet fortfarande var någonting nytt och främmande för många vuxna sågs det ofta som en räddning för många ungdomar, för många var internet för första gången någonting som de hade mer kunskap om än sina föräldrar (Tapscott 1998: 36-38). I takt med att föräldrar allt mer börjar använda sig av sociala medier har ungdomar hittat nya sätt för att vara privata online (Jenkins, Ito & boyd 2016:45). Sociala medier har skapat en ny dimension för kampen om att få vara ifred och privat mellan ungdomar och föräldrar (boyd 2014:54). Att vara privat på internet är någonting som man själv aktivt och kontinuerligt måste jobba för att åstadkomma genom att navigera komplexa kontexter, digitaliseringen och kontrollera olika sociala situationer (ibid:60). När människor vill vara privata på sociala medier görs det i de flesta fall för att de inte vill att någon ska ha kontroll över dem (ibid:75). Enligt boyd letar ungdomar ständigt efter nya sätt att vara privata på sociala medier genom att modernisera tidigare strategier (ibid:76)

Många ungdomar har sina sociala medier privata för sina föräldrar och andra vuxna i deras omgivning för att minska risken att de ska använda det de har på sina sociala medier emot dem (boyd 2008:162). Ett annat problem kan vara att vuxna och föräldrar inte nödvändigtvis tycker att samma saker är lämpliga att publicera online och då väljer många unga att stänga vuxna och föräldrar ute för att försöka undvika en konflikt kring det (ibid:166). Det är inget nytt att tonåringar använder olika metoder för att kontrollera publiken på sina sociala medier (ibid:147). Olika metoder för att stänga ute föräldrar och andra vuxna har använts tidigare för liknande konflikter i verkliga livet då många tonåringar vill ha sin privata plats från sina föräldrar (ibid.). boyd tar exempelvis upp att tonåringar ofta försökt hålla föräldrar borta från sina offentliga profiler på internet genom att säga att det är deras plats, då föräldrarna menar att det är offentligt och missar den poäng som tonåringarna försöker göra (ibid.). Enligt boyd följer dessa bråk samma logik som äldre föräldrar- och tonårsbråk kring privathet med argument som "men det är mitt rum" och "ja men det är mitt hus" (ibid.).

Malin Sveningsson Elm har i artikeln *Taking the Girls' Room Online: Similarities and Differences Between Traditional Girls' Rooms and Computer-Mediated Ones* (2007) diskuterat skillnaderna och likheterna mellan flickors rum hemma och på Internet, med Lunarstorm som exempel på internetplattform. Lunarstorm som socialt medium finns inte längre, men tankarna kring hur tonårsflickorna i det här fallet agerar och skiljer på vad som är privat och offentligt i vilket rum är applicerbara på nyare sociala medier som används mer aktivt bland unga idag.

Ungas liv är mer eller mindre kontrollerat av vuxna, såsom föräldrar eller andra inflytelserika vuxna i deras liv (Sveningsson 2007). Därför blir det viktigt för många unga att hitta en plats där de får vara ifred, inte minst från föräldrarna, och bara kunna vara med kompisar och andra jämnåriga. Tonåren är även en tid för att upptäcka och experimentera, där tonårsrummet har ofta ansetts vara viktiga för unga i processen att hitta sin identitet och vem man är (Sveningsson 2007). Att hitta vem man är sker ofta genom interaktion, och eftersom mycket av ungdomar interaktion med varandra idag sker över sociala medier är det inte konstigt att ungas identitetsskapande speglas i självrepresentationen (ibid.).

2.4 Publiksegregation

Publiksegregation på sociala medier handlar om hur individer använder olika metoder för att skilja publiken, sina följare, åt och kontrollera vilka grupper som får se vad eller inte. Studierna

nedan har gemensamt att de uppmärksammar hur människor använder olika tekniker för att förmedla flera versioner av sig själva till olika publikker. Individerna kontrollerar själv vilken version som kommuniceras och hur det görs.

Rania M. Alsaggaf (2019) undersökte hur Saudiarabiska kvinnor använder Facebook och bland annat hur de använder olika former av publiksegregation. Deltagarna i hennes studie ansåg sig vara mer bekväma med att lägga upp bilder om deras Facebookprofiler som var helt privata. Ju bredare publiken var desto mer noggranna var deltagarna med att kontrollera vad den fick och inte fick tillgång till (ibid.). Alsagaaf menade även att en profilbeskrivning och namn, i det här fallet på Facebook, gav insikt i hur användarna skapade en *scen* och därmed kontrollerade bilden av dem själva på sociala medier (ibid.). Studiens resultat visade att det fanns en viss medvetandet kring respondenternas följare samt att de var medvetna om olika former att kontrollera både de uttryck som sänds ut och överförs via sociala medier enligt Goffmans teorier (ibid.)

I artikeln *Insta brand me: playing with notions of authenticity* (2018), som tidigare nämnts i inledningen, intervjuade Rachel Faleatua tre unga kvinnor om självrepresentation på Instagram. En av respondenterna hade tre olika konton: ett var hennes personliga konto med flest följare som hon använde mest, ett konto använde hon för sin poesi under ett pseudonym och det tredje var till för att oftare kunna lägga upp mer privata vardagsbilder oftare (ibid.). Respondenten menade att det fanns en outtalad restriktion om hur ofta man får publicera inlägg på Instagram för att uppehålla en viss popularitet, därav kontot med mer privata vardagsbilder med endast 20 följare (ibid.). Det var bara hennes närmsta umgängeskrets som fick följa hennes privata (ibid.) och därmed gjorde hon en publikåtskillnad för att uppehålla populariteten på sitt vanliga konto.

Hayley Cocker, Maria Piacentini och Emma Banister har i sin artikel *Managing dramaturgical dilemmas: youth drinking and multiple identities* (2018) undersökt hur en grupp ungdomar använde sig av publikåtskillnad och olika identiteter för att kunna kontrollera vem som fick se när de festade och drack alkohol. De intervjuade 16-18-åringar och analyserade, med hjälp av Goffmans dramaturgiska teorier, deras olika framträdanden där de presenterar olika versioner av sig själva i form av olika identiteter (ibid.). De menade att det var vanligt att många unga växlade mellan olika främre- och bakre regioner inför olika publikker och i olika kontexter. Att det exempelvis var mer acceptabelt att de närmsta vännerna såg bilder när de festade och drack alkohol men de dolde det gärna för föräldrar och vuxna.

3. Teori

Teorikapitlet är uppdelat tre teoretiska utgångspunkter: symbolisk interaktionism och Erving Goffmans dramaturgiska teorier samt vidareutveckling av Goffmans teorier applicerat på sociala medier.

3.1 Symbolisk interaktionism

Sociala medier ses, utifrån ett medie- och kommunikationsperspektiv, som någonting som produceras och används av användarna själva (Andersson 2017:21). Sociala medier ses även som en kontext för interaktion, det vill säga en mellanmänsklig interaktionshandling, där det finns likheter med den vardagliga icke-digitala interaktionen (ibid.).

Symbolisk interaktionism har sedan 1900-talet setts som en sociologisk tradition som uppmärksammar social interaktion och hur det skapar och omskapar jaget genom interaktion med andra (Blumer 1969). Jaget är dynamiskt utifrån ett symbol-interaktionistiska perspektiv, det vill säga att det skapar och återskapar sig själv genom olika former av interaktion (Berger 1969:53ff). Att vi skapar en bild av oss själva genom interaktion har vi gjort även innan självrepresentation på sociala medier (Andersson 2017:23). Utifrån det symbol-interaktionistiska perspektivet ses vardagslivet som en rad av framträdanden av oss själva och jaget där vi i olika situationer och för olika publikker avgör hur vi väljer att presentera oss själva (ibid.). Omgivningen och de olika sammanhangen i vardagslivet där vi presenterar jaget har stor betydelse för hur vi presenterar oss själva (ibid.). Självrepresentation utgår från två former av presentation - den *direkta* och *indirekta* (ibid:24). På sociala medier består den direkta självrepresentationen av det som sker på de privata profilerna där vi beskriver oss själva, med den indirekta självrepresentationen menas all aktivitet vi gör på sociala medier i form av inlägg, kommentarer et cetera (ibid.).

Det symbolisk-interaktionistiska perspektivet lyfter fram maktdimensioner som förekommer i den vardagliga kommunikationen (Andersson 2017:31). Johan Asplund (1987) diskuterar hur interaktion, bekräftelsen och uppmärksamheten som interaktion omfattar formar oss. Människans behov av bekräftelse och uppmärksamhet kan ses som ett verktyg och tillämpande av mikromakt (ibid.). Interaktionen på sociala plattformar kan på så sätt anses handla om ömsesidig bekräftelse (Andersson 2017:32). När man lägger upp en bild på

Instagram som ens följare gillar eller kommenterar skulle det kunna ses som en form av självbekräftelse.

3.2 Goffmans dramaturgiska teorier

Teoretikern Erving Goffman betraktar alla sociala situationer, i sitt *dramaturgiska perspektiv*, som olika scener med olika *framträdanden* (1959). Där vi människor är mer eller mindre medvetna om hur vi agerar och väljer att framställa oss själva (ibid.). Goffmans studier och teorier syftar främst på mellanmänskliga interaktioner som sker när människor är i samma fysiska rum. Den information som utbyts i den mellanmänskliga interaktionen och det intryck individerna försöker åstadkomma genom olika uttryck delar Goffman in två kategorier, uttryck som *sänds ut* och uttryck som *överförs* (Goffman 1959:12). Uttryck som vi sänder ut är verbala symboler såsom tal för att utbyta information, medan uttrycken som överförs är vårt kroppsspråk eller andra saker kroppen gör som vi inte direkt kan styra eller kontrollera (ibid.) När det gäller Instagram skulle det mesta vi gör där kunna ses som uttryck som sänds ut eftersom vi har så pass mycket kontroll och kan styra den kommunikationen som görs. Uttryck som överförs blir därmed inte lika förekommande i nätkommunikation som i kommunikation ansikte mot ansikte.

Under de kommunikativa framträdanden som Goffman talar om menar han att människor bär en *fasad* som är de expressiva uttryck som individen använder medvetet eller omedvetet under sitt framträdande (1959:28). En individs fasad och framförande ger en *idealiserad* bild av en situation utifrån krav och förväntningar utifrån (ibid:39). Fasaden är den del av framträdandet som regelbundet fungerar på ett allmänt och fastställt sätt för att definiera situationen för de personer som observerar framträdandet. Fasaden och framträdandet kan ske i olika *inramningar*, vilket kan beskrivas som olika miljöer med inslag som påverkar det expressiva framträdandet (ibid.).

Goffmans teorier kring självrepresentation kan appliceras på hur ungdomar väljer att framställa sig själva på Instagram, då framträdandet på sociala medier kan förstås utifrån Goffmans tankar kring olika *regioner*. Framträdandet av jaget i olika situationer kan förklaras som en teaterscen där ens såkallade *främre regionen* kan jämföras med ett framförande på scen, där man gör jaget synlig och väljer vad som ska synas för publiken (ibid:97-115). Däremot är inte allt en scen eller en främre region, det finns även en *bakre region* som är dold för publiken

där framträdanden av jaget planeras och reflekteras (ibid.). Enligt Goffman är publiken central för hur vi väljer att presentera oss själva (ibid.). Utifrån tankarna kring våra regioner kan sociala medier ses som olika scener där vi väljer hur mycket vi vill dela med oss av våra bakre regioner på scen, och vad publiken (följarna) i sin tur får se och ta del av.

Med *interaktionsordning* menar Goffman är att framträdandet är baserat på två normer, en hur vi förväntas behandla andra människor och en om vad vi förväntas säga och göra runt andra människor i olika sammanhang (Goffman 1959; 1967 & Persson 2012). Hur individen jobbar med sina olika regioner varierar inför de olika publikerna. Goffman diskuterar även en tredje region, *utsidan* som innebär en region för alla de andra platser där den främre- och bakre regionen inte redan har identifierats (Goffman 1959:120). De individer som befinner sig här kallas för *utomstående*. De utomstående kan vara publik eller deltagare i den bakre regionen vid vissa tillfällen men som kan ta sig in i den främre regionen vid ett annat tillfälle, eller tvärtom (ibid.). Utsidan kan störa uppfattningen av framträdandet i både den bakre och främre regionen och bör behandlas försiktigt då det kan förvirra publiken och påverka den idealiserade bilden av individen (ibid.). Ett sätt att hantera det är att dela upp publiken utifrån vem som får se ens olika roller och ha kontroll över de olika regionsarbetena (ibid.)

Med begreppet *publiksegregation* menar Goffman att individen gör en publikåtskillnad för att försäkra sig om att de som får se en bild av individen inte är samma som får se en annan version av den bilden, i en annan inramning (Goffman 1959:50). Individen spelar olika roller inför olika publik, och publiksegregation kan även ses som en metod för att skydda och bevara de intryck som har skapats hos publikerna utifrån individens olika roller (ibid.). Det innebär också att framträdandet av den idealiserade rollen individen spelar för en viss publik kan misslyckas om den utan förvarning och oplanerat får ses av en annan publik istället (ibid:39). Urvalet i vem som får följa en på ens Instagramkonton kan därmed ses som en form av inramning och publiksegregation.

Goffman menar att publiksegregation kan åstadkommas genom att kontrollera den främre regionen (Goffman 1959:122). Om kontrollen över den främre regionen rubbas innebär det att individen har svårt att avgöra vilken roll hen ska framställa för publiken, vilket kan leda till att individen inte lyckas göra något av sina rollframträdanden särskilt bra (ibid.). Det blir också viktigt enligt Goffman att utesluta någon från en publik som har sett individen spela en annan roll än den roll som är avsedd för specifikt den publiken, för att upprätthålla framträdandet och bevara kontrollen av den främre regionen (ibid.). Individen vill försöka ge intrycket till sina

olika publiker att den framträdande roll och den relation de har med dem är unik och har ett speciellt värde jämfört med en annan publik (ibid:50). Genom att planera sina olika framträdanden, var och när de ska äga rum, och ha kontroll över de främre regionerna blir det möjligt att åtskilja ens olika publik (ibid:123).

3. 3 Vidareutveckling av Goffmans teorier på sociala medier

Anders Persson jämför i sin studie skillnaderna mellan interaktionen ansikte mot ansikte och interaktionen som sker på sociala medier baserat på Goffmans sociologiska perspektiv (2012). Interaktion ansikte mot ansikte kan ses som en blandning av uttrycksformer, interaktion på sociala medier däremot möter en del tekniska hinder för att inkludera de uttryck som överförs (ibid.). Persson har studerat i sin artikel *Front and backstage in social media* (2012) vad det är med sociala medier och de kommunikativa situationerna som gör att många tenderar att dela för mycket information om sig själva. Livet vi lever på internet och det vi lever i det verkliga livet skiljer sig åt, då det finns väsentliga skillnader i interaktionen som sker på de olika platserna (ibid.). Mycket av det som sker i verkliga livet ansikte mot ansikte sker också på internet. Där skapar vi människor representationer av oss själva som vi sedan använder när vi kommunicerar med andras representationer, dessa representationer är en mer eller mindre tillrättalagd bild av oss själva (ibid.).

Internet och alla olika sociala medier som existerar idag kan ses som efterliknelser av kommunikation som sker ansikte mot ansikte (Persson 2012). Däremot finns det vissa egenskaper som internet har svårt att efterlikna. Internet gör det exempelvis svårare att kontrollera de uttryck vi sänder ut och de som överförs, som Goffman talar om (ibid.). Goffman menar att man kontrollera och stoppa de uttryck som man sänder ut genom sitt tal men kan inte på samma sätt stoppa de uttryck som överförs via exempelvis kroppsspråket (Goffman 1959:118), vilket är möjligt på sociala medier då du kan välja om någon ska se dig eller inte. Skillnaden mellan uttryck som sänds ut och överförs i interaktionen ansikte mot ansikte och via internet är främst att mottagaren på internet eller sociala medier har en mer begränsad grund för tolkning av de olika uttrycken (Persson 2012). Internet påverkar och ändrar även den sociala interaktionen på så sätt att internet gör det möjligt för oss att komma i kontakt med främlingar (ibid.), som att till exempel börja följa någon vi inte känner på Instagram. Att komma i kontakt

med främlingar genom vardaglig kommunikation är någonting Goffman ser som en svårighet (Goffman 1971).

När det gäller individers regionsarbete är en av de främsta skillnaderna mellan den främre- och bakre regionen bland annat hur individen väljer att framträda inför och i relation till olika publikker (Persson 2012). Persson diskuterar även Goffmans begrepp *publiksegregation*, *interaktionsordning* och *identitetsvärden* i sin studie. Framträdanden och interaktioner på sociala medier gör det inte bara möjligt att kontrollerat dölja ens bakre region för publiken utan gör det också möjligt att visa upp olika delar av ens främre regioner för olika publikker (Persson 2012). Hur mycket publiken får ta del av ens främre- eller bakre regioner på sociala medier beror på vilka inställningar man har gjort på sina konton samt ens egna syn på vad som är privat och offentligt (ibid.). Vidareutvecklingen av Goffmans tankar kring publiksegregation på internet och sociala medier har skapat nya perspektiv för att förstå hur användare ser på privat och offentligt, och genom det kunna kontrollera sina publikker (Persson 2012). Precis som Goffman förklarar publiksegregation som en handling där individen försäkras sig om att de hen spelar en roll för inte är samma publik som hen spelar en annan roll för är det samma beteende människor gör när de skiljer publikker åt på sociala medier. Publiksegregationen uppehålls genom att utesluta vissa delar av publiken från den information som delas på sociala medier (ibid.). Sociala medier gör det möjligt, tillsammans med dessa verktyg, att skapa en privat plats i det offentliga (Persson 2012).

4. Syfte och frågeställningar

Studien syftar till att skapa en djupare förståelse kring ungas användande av Instagram genom att analysera användandet av dubbla eller flera Instagramkonton. Hur ungdomar ser på privat och offentligt och var behovet att ha två konton kommer ifrån. Studien kommer att utgå ifrån följande frågeställningar:

- Varför använder ungdomar flera konton och vilka funktioner fyller de?
 - *Denna frågeställning avser att svara på hur, varför och när de använder de olika kontona på Instagram.*

- Hur använder ungdomar sina olika konton för den egna självrepresentationen?
 - *Denna frågeställning avser att svara på hur ungdomarna ser på sin egna självrepresentation utifrån Goffmans tankar kring framträdande, främre- och bakre regioner och vilka uttryck vi sänder ut eller överför.*

- Hur ser interaktionen ut på de olika kontona?
 - *Denna frågeställning avser att ta reda på hur interaktionen ser ut i form av likes och kommentarer och vad de spelar för roll på de olika kontona.*

- Hur resonerar ungdomar kring att åtskilja sina följare genom publiksegregation på de olika kontona?
 - *Denna frågeställning avser att svara på hur ungdomarna ser på att åtskilja sina följare på de olika konton utifrån Goffmans begrepp publiksegregation och hur det påverkar regionsarbetet.*

5. Metod

5.1 Val av metod och design

För min studies syfte att skapa en djupare förståelse kring ungas användande av dubbla eller flera konton på Instagram har jag valt en kvalitativ ansats för min studie, i form av en kvalitativ intervjustudie. Den kvalitativa forskningsintervjun är till för att försöka förstå och beskriva olika fenomen i intervjupersonernas värld, och därmed syftar till att försöka täcka både ett fakta- och meningsplan (Kvale & Brinkmann 2014:46). Metoden uppmuntrar intervjupersonerna att beskriva så exakt som möjligt ett fenomen med möjliga skillnader och variationer (ibid:47). Det är beskrivningar av specifika handlingar och situationer som intervjuerna ska försöka synliggöra och kartlägga (ibid.). I den kvalitativa forskningsintervjun produceras kunskap då ett utbyte av synpunkter och erfarenheter sker i sociala interaktioner mellan intervjuare och intervjuperson (ibid:85).

Intervjuerna var *semistrukturerade*, vilket innebär att man på förhand definierar de teman som intervjun och intervjufrågorna kommer att utgå ifrån (Østbye, Knapskog, Helland & Larsen 2004:103). Det görs fördelaktigt genom att ha tagit fram *intervjuguide* innan intervjuerna utförs (ibid.). Den semistrukturerade intervjuformen ger större flexibilitet och möjlighet till att naturligt ställa följdfrågor under intervjuens gång (ibid.).

Intervjuundersökningar som denna ger även möjligheten att uppmärksamma oväntade svar samt uppföljande på de oväntade svaren om det önskas (Esaiasson 2017:260). I samtalsintervjuer är det respondenternas uppfattningar om olika företeelser som man vill komma åt, och de kan vara svåra att säga om de är sanna eller falska (ibid:268). Utmaningen blir här istället att komma intervjupersonerna tillräckligt nära för att fånga deras uppfattning så mycket som möjligt (ibid.).

5.2 Urval

Enligt undersökningar finns den största gruppen användare av Instagram i åldrarna 12–25 år (SOI 2018). Det är en åldersmässigt väldigt bred målgrupp, därför har jag istället valt att avgränsa mig till åldrarna 14–18 år. Det för att när jag har kommit i kontakt med ungdomar som använder sig av dubbla eller fler konton i det syfte som jag vill studera har det verkat vara

mest förekommande i de åldrarna. Mitt urvalskriterium är att respondenterna ska ha dubbla, eller fler, Instagramkonton där ett konto är privat och ett konto är öppet och offentligt.

Urvalet har gjorts utifrån ett snöbollsurval (Ekström & Larsson, 2010), vilket innebär att en intervjuperson tar med sig lämpliga vänner eller bekanta till intervjuerna. Kvinnor är de som använder Instagram mest (SOI 2018), vilket kan vara en bidragande faktor till att alla respondenterna är kvinnor. Jag frågade de tre unga tjejer som jag är bekant med som jag vet har dubbla Instagramkonton om de ville medverka i studien och om de hade kompisar som också skulle kunna tänka sig att ställa upp. En tänkbar konsekvens med att göra urvalsprocessen på detta sätt är att respondenterna redan känner varandra vilket i sin tur kan göra att de kan påverka varandras svar. Det kan även skapa ett uttryck för en gruppkultur som delar samma värderingar vilket i sin tur kan generera liten variation hos respondenternas svar. Samtidigt som det kan vara positivt då man ofta känner sig mer trygg och bekväm tillsammans med människor som man redan känner.

Intervjuerna bokades genom att jag kontaktade de tre unga tjejerna som jag är bekant med samtidigt. Jag skickade ett meddelande till alla tre samtidigt via messenger på Facebook där jag informerade om studien, frågade om de var intresserade av att vara med och om de hade kompisar som ville ställa upp. Tjejen som var 18 år hade tre kompisar som gärna ville vara med, medan 14- och 16-åringen inte hade det.

Mitt mål var att intervjua 6 till 8 ungdomar i åldrarna 14–18 år gamla. Intervjuerna genomfördes i form av parintervjuer, där jag grupperade intervjupersonerna efter ålder. Jag genomförde därmed tre parintervjuer, nedan följer en lista med intervjupersonerna i de olika paren. För att materialet är konfidentiellt och respondenterna inte ska vara identifierbara har jag gett dem fingerade namn för studien.

Intervju 1:

Ellen, 18 (Kristianstad)

Klara, 18 (Kristianstad)

Intervju 2:

Ester, 18 (Kristianstad)

Alma, 18 (Kristianstad)

Intervju 3:

Bea, 16 (Kristianstad)

5.3 Datainsamling

Processen i intervjustudier likt denna delas oftast in i olika faser: tematisering, planering, intervju, utskrift, analys, verifiering och rapportering (Kvale & Brinkmann 2014:144-145). I tematiseringen formuleras studiens syfte och frågeställning följt av planeringen som bestämmer hur studien ska genomföras för att besvara frågeställningarna (ibid.).

För att se till att intervjuerna knyter an till studiens problemställning och blir dynamiska och levande för bästa resultat är det bra att ta fram en intervjuguide (Esaiasson 2017:273f). Jag formade intervjuguiden utefter olika huvudteman för att kunna besvara mina frågeställningar; användande, agerande, interaktion och medvetenhet (se bilaga 1). Eftersom syftet var att genomföra semistrukturerade intervjuer var intervjuguiden därmed också semistrukturerad, det vill säga att frågor var utformade utefter studien teman men den var även öppen för följdfrågor. En del följdfrågor var formulerade sedan innan och fler uppkom under själva intervjuernas och samtalens gång.

Tillsammans med respondenterna kom jag fram till att det var bäst om jag tog mig till dem för att genomföra intervjuerna. Intervju 1 och intervju 2 gjordes samma eftermiddag då jag mötte upp de fyra 18-åriga tjejerna på ett café i Kristianstad efter att de slutat skolan. Under intervju 1 gick Ester och Alma (intervju 2) iväg och kom tillbaka när det var deras tur. Intervju 3 gjordes i hemmiljö, i ena respondentens hem, för det var det som passade bäst och det de kände sig mest bekväma med.

Intervjuerna började med att jag informerade om vad studien handlade om, vilka frågor jag tänkte ställa, att det kommer spelas in, allt material är konfidentiellt och att de kan avbryta när som helst under intervjun om någonting inte skulle kännas bra. Intervjun utgick från frågorna utformade i intervjuguiden med tillkommande följdfrågor som kom upp under samtalet. Intervjuerna spelades in på min mobiltelefon och jag förde anteckningar under tiden. Intervjuerna tog mellan 30-40 minuter att genomföra.

5.4 Databearbetning och analys

Efter att intervjuerna genomförts transkriberades de dagen efter att intervjun genomfördes för att ha intervjun så färskt i minnet som möjligt. Respondenternas svar skrevs ner under frågorna som ställdes utifrån intervjuguiden, vilket underlättade för analysprocessen då det gav en tydlig överblick vilka teman som behandlades under vilka frågor. Därefter färgkodades materialet efter mina teman: användning, agerande, interaktion och medvetenheten. Användning med orange, agerande med rosa, interaktion med blått och medvetenhet med grönt.

Mina teman fastställdes i tematiseringsfasen, de finns med i intervjuguiden och följer även med i analysen. Analysen bygger på mina olika teman och skapar därmed en form av tematisk analys, då jag kategoriserar och delar upp mitt analysmaterial (Ekström & Larsson 2010:71). I analysen handlar det om att tolka materialet utifrån studiens teoretiska ram, försöka hitta mönster och söka efter det generella i det specifika (ibid.). När transkriberingen var klar och precis innan jag började analysera skrev jag ner stödord under varje tema, det som jag tyckte var det viktigaste som kom fram under intervjuerna och som jag redan då visste att jag ville ta upp så att jag inte skulle glömma bort det.

Jag delade upp resultat-och analyskapitlet i mina olika teman och plockade ut illustrativa resultat som var kopplade till varje tema och presenterade dem kortfattat. Jag försökte presentera resultaten med en teoretisk och analytisk blick och analyserade därefter resultaten mer sammanfattat med hjälp av mina teorier. De mönster som kunde tas fram från resultaten blev grunden för vad jag valde att ta upp i analysdelen. De diskuterade jag sedan djupare med hjälp av mina teoretiska verktyg, symbolisk interaktionism och Goffmans dramaturgiska teorier, för att hjälpa till att besvara mina frågeställningar. Goffmans begrepp publiksegregation blev ett speciellt viktigt begrepp för analysen.

5.5 Forskningsetiska överväganden

Respondenterna blev alla informerade om studien innan intervjuerna började och gav samtycke till studien. För att få samtycke till studien informerade jag respondenterna om studien i ett första sms tillsammans med ett informationsbrev (se bilaga 2). För respondenter som var under 16 år informerades deras föräldrar om studien med samma informationsbrev för att få samtycke att deras barn deltog i studien. Eftersom intervjuerna är konfidentiella har jag gett alla respondenterna fingerade namn så att de inte ska gå att identifiera.

5.6 Metoddiskussion

Medie- och kommunikationsvetenskapen är inspirerad av olika tolkande vetenskaper såsom antropologi, sociologi eller filosofi (Fay 1996:137). De har alla gemensamt att de undersöker innehåll och meningar som går att finna i det empiriska materialet. För att förstå och kunna tolka användandet av dubbla eller flera Instagramkonton hos ungdomar idag hamnar studien inom ramen för *hermeneutik*. Hermeneutiken, till skillnad från *positivism*, har inga fasta lagar för mänskligt beteende utan syftar istället till att skapa förståelse för olika beteenden (Østbye, Knapskog, Helland & Larsen 2004:22).

Att bestämma om någonting är tillräckligt vetenskapligt handlar om att ge tillräckligt mycket goda skäl för att kunna påstå att någonting är sant (Ekström & Larsson 2010:14). Ett mått på forskningskvalitet och ett krav är att argumenten som bygger upp studiens slutsats är *giltiga*, vilket även kan kallas för *validitet* (ibid.). Det är det empiriska materialet som bygger upp slutsatserna i en studie, vilket i det här fallet är mina intervjuer. Det empiriska materialet blir giltigt om det har med studiens ämne att göra (ibid:15). Eftersom mina intervjuer handlar om och diskuterar användandet av dubbla eller flera konton på Instagram kan mitt empiriska material därmed anses vara giltigt.

En annan viktig kvalitetsfaktor för intervjustudier är hur fylligt själva intervjumaterialet är (Ekström & Larsson 2010:77). Fylligheten mäts i hur innehållsrika intervjuerna är och om tillräckligt många intervjuer täcker upp materialet (ibid.). Om antalet intervjupersoner är tillräckligt omfattande avgörs ofta ifall nya respondenter inte tillför någon mer kunskap till studien (ibid.). För min studie och dess syfte utgjorde de sex respondenter jag intervjuade ett tillräckligt fylligt material, dock var åldersfördelningen inte särskilt jämn utan det var en överrepresentation av 18-åringar vilket eventuellt kan ha präglat resultatet.

Ett annat sätt att mäta studiens giltighet är om man har intervjuat relevanta personer och att man får ut äkta och riktig information av dem för att uppfylla ens syfte (Ekström & Larsson 2010:77). Det är därför fördelaktigt att intervjuerna ger inblick i respondenternas egna erfarenheter kring ett fenomen, som i det här fallet dubbla konton på Instagram, och för att få djupare svar finns möjligheten att ställa följdfrågor. Dock är det alltid svårt att veta om respondenterna berättar vad de verkligen tycker och inners inne menar eller bara anpassar sig för intervjusituationen (ibid:78).

Man kan inte göra statistiska generaliseringar i kvalitativ studie (Ekström & Larsson 2010:76). Däremot om ett antal intervjuer genererar liknande svar på fler eller alla frågeområden är det möjligt att uttala sig mer allmänt (ibid.). Utifrån mina intervjusvar, tillsammans med Goffmans dramaturgiska perspektiv, skulle studien kunna bidra till en vidareutveckling att Goffmans teorier på sociala medier samt hur publiksegregation kommer till uttryck i användandet av flera Instagramkonton.

6. Resultat och analys

Resultat-och analyskapitlet är uppstrukturerat utefter mina fyra huvudteman i frågeställningarna: användning, agerande, interaktion och medvetenheten kring dubbla eller flera Instagramkonton.

6.1 Användning av dubbla eller flera Instagramkonton

Den första frågeställningen handlar om hur ungdomar använder Instagram, varför de använder flera konton och vilka funktioner det fyller för dem. För att förstå det ställde jag främst intervjufrågor kring hur de använder Instagram, i vilket syfte samt varför de har valt att ha mer än ett konto.

Privat eller öppet

Alla respondenterna hade minst två Instagramkonton var. Trots att jag i mina intervjufrågor efterfrågade användare med dubbla konton eller fler, varav ett är privat och ett öppet, visade det sig att det bara var två av respondenterna som egentligen hade ett öppet konto och ett stängt. De andra hade båda kontona privata men såg det ena kontot som mer öppet även om det var privat. Det visar på olika tankar och gränsdragningar kring vad som egentligen menas med privat och offentligt på Instagram för dem:

“Men jag har bara två som är mina, ett privat och ett det är faktiskt också privat mitt vanliga konto för jag tycker att det var så många konstiga människor som började följa.”

- Klara, 18

“Jag har två, jag har ett privat och ett som är privat fast offentligt på typ samma gång eller vad man ska säga.”

- Bea, 16

Det är intressant att respondenterna verkar se det konto där de har flest följare, som de refererar till som sitt vanliga konto, som öppet och offentligt även om det för fyra av dem egentligen är privat. Gränsen mellan vad som är privat eller offentligt kan anses hamna i en gråzon. Respondenterna är inte lika selektiva med vem som får följa dem eller inte på det som är, eller anses vara, öppet. De olika publikerna på de olika kontona blir en viktig och avgörande faktor för vad ses som privat och offentligt på Instagram hos respondenterna.

Det kan ses som en gradering av de bakre regioner som Goffman (1959) talar om, det vill säga att de låter de som får följa deras mer öppna privata konto få tillgång till en del av deras bakre region, en mer tillrättalagd bakre region, än de som får följa den privata som får ta mer och en annan del av den bakre regionen. De som har ett helt öppet konto släpper inte in den publiken till någon bakre region eftersom det är öppet för vem som helst, därmed kan man se det som att det som laddas upp på det kontot är delar av respondenternas främre regioner. På så sätt skulle man enligt Goffman kunna se offentligt som del av den främre regionen och privat som del av den bakre regionen. De respondenter som egentligen inte har ett offentligt konto, utifrån vad som definieras som offentligt enligt Instagram, utan två privata konton delar då bara med sig två versioner av sina bakre regioner. Jag kommer framöver i texten att referera det öppna, eller mer öppna kontot, bara som det öppna kontot framöver i texten oavsett vad respondenterna har för inställningar för kontot.

Användandet av Instagram

På frågan om hur de använder sina konton konstaterade alla att de använder sitt så kallade vanliga konto mest, det vill säga det som har flest följare och som är öppet för i princip vem som helst får följa. Från det kontot följer de allt från kompisar, familj, kändisar och influencers men även sina vänners privata konton. På så sätt behöver de inte logga in på sin privata för att se vad deras vänner ha laddat upp på sina privata. Det är även där de lägger upp flest bilder på sig själva och kan det ses som den versionen av dem själva som de oftare presenterar och vill presentera online, den mer tillrättalagda bilden av sig själva och jaget.

På följdfrågan vad de främst använder Instagram till berättade två av de tre intervjuparen att de ibland laddar upp bilder på sig själva. Ester och Alma i intervju 2 svarade att de numera bara lägger ut selfies eller om det händer någonting speciellt: *“Nu bara lägga ut selfies typ eller om det händer nått, om nån fyller år”* (Ester, 18). I intervju 3 svarade Bea och Selma att de mestadels använder Instagram för att ladda upp bilder på sig själv, varav Bea även laddar upp bilder på sin häst ibland. Däremot lyfte Ellen och Klara en annan fråga, utöver att visa upp utdrag från vardagen, att Instagram även har en mer praktiskt kommunikations- och inspirationsfunktion för dem:

“Jag kollar nog mest på Instagram, jag är nog inte så aktiv och lägger upp bilder utan gillar mesta andras bilder, kommenterar, kollar vad som händer i världen.”

- Klara, 18

För den vardagliga kommunikationen använder respondenterna det konto de kallar för sitt vanliga, öppna konto. Det kontot får ett bredare syfte och fler användningsområden än vad det privata kontot har. Det öppna kontot blir delvis mer av en informationskanal medan det privata blir en exklusiv plats för att mer kunna ta del av deras privatliv, kontrollerat av dem själva.

Dubbla eller flera konton

När det gäller frågan varför de valt att ha flera konton så ges några olika svar. Dels verkar det vara en fråga om en trend bland respondenterna och deras vänner att ha eller haft ett öppet och ett privat konto. Att ungdomar ofta är först på nya trender, däribland på internet, är inget nytt. Utifrån det är det inte heller förvånande att respondenterna berättar att det var en av anledningarna till varför det valde att skapa fler konton:

“Från början tror jag att det var en grej, eller typ en trend och ha ett privat som bara de närmsta kompisarna fick följa och liksom de som man kände. Och sen att ha ett där man la ut ja men typ mer seriös eller så.”

- Ellen, 18

Att följa den trenden skulle kunna vara en metod för att passa in i en gemenskap tillsammans med sina vänner. Om alla i ens kompiskrets följer en social trend som denna på sociala medier är det inte konstigt att man vill följa med på den trenden. Skaffar dina kompisar privata konton med innehåll som bara de närmsta vännerna får se är det förståeligt att man vill vara medräknad i den så kallade förväntade publiken, som även Goffman talar om (1959). I och med att respondenterna följer varandras privata konton med sina vanliga konton också hade det varit möjligt för någon av dem att vara del av vännernas publik på det privata kontot även om de själva inte hade ett privat konto. Att ha två Instagramkonton inleddes som en trend i kretsarna respondenterna rörde sig i, men även vad som laddas upp på de olika kontona också kan ses som trendstyrt. Såsom att det blev viktigt att ha en plats för det som inte är tillräckligt fint för att synas för en större publik och vem som helst:

“Jag skaffade det nog för att alltså vissa saker vill man lägga ut men det är inte tillräckligt fint för att vara på det andra.”

- Alma, 18

De 18-åriga tjejerna däremot verkade känna att de vuxit ur det privata kontot och tycker inte det är lika spännande längre. De flesta skaffade sina privata konton när de var mellan 13-15 år

gamla och möjligtvis finns det en viss åldersspann för att ha dubbla konton. En period då det känns mer viktigt att ha en privat och en öppen plats på Instagram:

I början använde jag mitt privata mycket mer, men nu när man har blivit äldre klokare, nå haha så använder jag mitt vanliga mer. Jag tittar ju bara på mitt vanliga, jag följer ju mer människor där, så på mitt öppna så tittar jag varje dag, Det gör jag ju inte på mitt privata.

- Ester, 18

Det är de själva som styr trenden och bestämmer själva när de inte vill eller behöver vara lika privata online. Eller när de hittar nya strategier som passar dem bättre för att ha en plats på sociala medier. Ett annat skäl som respondenterna pratar om när det kommer till att ha flera konton är att det gör det möjligt att vara mer spontan, speciellt på det privata kontot där det inte är lika viktigt vad som läggs upp och det behöver inte vara så genomtänkt:

“I början var det nog för att mina kompisar hade det, ehh..och så la dem ut liksom helt random grejer och då ville jag också ha något där man kunde lägga ut lite annorlunda bilder som inte riktigt så genomtänkta som de andra typ. Man vill ändå ha fina bilder på sitt vanliga konto.”

- Bea, 16

På det öppna kontot verkar den egna självrepresentationen viktigare och det verkar även vara lite av en lättnad att möjligheten finns att ha en plats där man inte behöver tänka igenom vad man laddar upp lika mycket som på sitt öppna konto. Där finns det inte lika mycket riktlinjer att förhålla sig till i hur man ska presentera sig själv och sitt liv genom olika bilder. I ett internetsamhälle där vi ständigt matas av mer eller mindre tillrättalagda bilder av vår omvärld kan det tänkas ha en inverkan på att många bara vill ha fina bilder på det kontot som är tillgängligt för en större del av ens omgivning. Internetsamhället kan även ha varit en påverkande faktor till varför det är skönt att ha en privat plats där man kan slappna av mer och inte behöver tänka på att hela tiden visa upp det finaste eller mest perfekta.

Slutligen på det privata kontot ges även möjligheten av att skraddarsy innehållet på ett annat sätt än vad respondenterna gör på det öppna kontot. På det privata kontot kan man vara mer nischad för den närmsta publiken och lägga upp bilder som man vet kommer vara intressant och gillas av ens vänner då man oftast delar samma intressen och referensram:

“...alltså det är kul om man kan lägga upp fler annorlunda bilder för lite de folket som man har på den [privata] gillar samma saker på sitt privata och gillar samma saker som jag liksom som jag vill lägga upp på så det är typ så.”

- Selma, 14

Att kunna vara mer nischad och ha innehåll på sitt privata konto som man vet att ens kompisar kommer vara intresserade av eller gillar kan visa på en medvetenhet och kännedom kring den tänkta publiken. Eftersom de känner sin tilltänkta publik på sitt privata konto är det möjligt att det är en anledning till att de vågar känna sig mer spontana där och behöver inte reflektera lika mycket på att innehållet ska vara tillräckligt fint för det är inför en publik de känner sig trygg med, deras närmsta vänner.

Utöver att ha två egna Instagramkonton har de fyra 18-åriga respondenterna ett Instagramkonto tillsammans som de skapade sommaren 2018 när de gjorde en resa till Rhodos. Det använde de bara inför resan så att alla kunde följa dem och se vad de gjorde när de var iväg. Det gemensamma kontot visar på en form av grupprepresentation där de fyra blir en enhet tillsammans: *“...alltså när det är något som vi gör ihop, det är lite som vår fyras egen grej liksom”* (Klara, 18). Det kan ses som ett annat sätt att nischa sitt innehåll för publiken. Det kontot är öppet för alla att se med motivationen: *“Så där är inte så mycket privat om oss utan bara vad vi hittar på”* (Ellen, 18).

Det gemensamma kontot skulle kunna ses som en gemensam bild av dem som grupp, en grupprepresentation. De gör, vad Goffman kallar, ett teamframträdande vilket innebär att de är en grupp individer som samarbetar i framställningen av en rutin (Goffman 1959:75). På så sätt skapar ett gruppintryck på sin gemensamma Instagram som är oberoende av hur de väljer att representera sig själva på sina egna konton. Kontot är öppet och vem som helst som vill veta vad de gör tillsammans får följa dem. De laddar bara upp roliga gemensamma saker på det kontot, som till exempel när de var på Rhodos tillsammans, vilket kan ses som att de vill utstråla en bild av att de är en rolig grupp. Det är den främre regionen av dem som grupp som visas upp på Instagram. Vi får inte ta del av allt som de gör som grupp utan bara de bästa stunderna.

6.2 Agerande – självrepresentation

Den andra frågeställningen handlar om hur ungdomarna använder de olika kontona för sina egna självrepresentationer. Under intervjun ställde jag frågor kring vad de laddar upp på sina konton, hur viktigt det första intrycket är, hur de framställer sig själva, vilka bilder de laddar upp och om de anser sig vara olika versioner av sig själv på de olika konton

Vad som laddas upp på Instagram

När det gäller frågan vad respondenterna laddar upp på de olika kontona är de väl medvetna om att vad som laddas upp på Instagram representerar en bild av dem och skapar en bild av dem för den åskådande publiken. Jaget blir som ett varumärke som marknadsförs på Instagram:

“Alltså ett Instagramkonto har blivit lite idag att man marknadsför sig själv alltså så ja visa sig utåt [...] är ju verkligen såhär som jag sa att man vill marknadsföra sig själv, det ska vara fina bilder och allt ska passa ihop, man ska ha det genomtänkt och liksom man vill ju få någon respons på det på något vis.”

- Klara, 18

Utan att ha pratat om det innan tar Klara själv upp att Instagram har blivit som en plats där man kan marknadsföra sig själv, vilket visar på en stor medvetenhet kring hur de ser på sättet de vill framställa sig själva på Instagram. Det gäller för det öppna kontot där självrepresentationen och vilken bild av jaget som blir synlig för publiken spelar större roll. Självrepresentationen på sociala medier kan ses utifrån två olika perspektiv, den direkta och indirekta självrepresentationen (Andersson 2017:23). I den direkta självrepresentationen kan respondenterna kontrollera intrycket andra får av dem i sättet de beskriver och framställer sig själva i text och bild på Instagram. Den indirekta självrepresentationen är den aktivitet respondenterna gör på Instagram, den är inte lika tillgänglig för den stora publiken utan mest för deras kompisar.

Respondenterna var eniga kring vad de laddar upp på de olika kontona, att på det privata lägger man upp mer roliga saker och saker som är roligt i deras vänkrets. Det blir olika framträdande av dem själva som sker på de olika kontona och visst innehåll hör inte hemma för båda publikerna:

“Ja men lite så, man är fortfarande sig själv på båda men man är lite mer ordentlig på sitt öppna och inte så konstig som man är egentligen haha kanske. Man skulle ju aldrig lägga upp en festvideo på sitt öppna.”

- Ester, 18

Innehåll som exempelvis en festvideo eller liknande hör inte hemma på båda kontona och ska inte vara tillgängligt för de olika publikerna enligt respondenterna. Den privata publiken är speciellt utvald bestående av vänner som respondenterna känner sig trygga med att visa upp mer av deras bakre regioner för:

“Nä, om dom ser en från en ful vinkel så gör det ingenting för man har valt vem som ska se det och det är folk man tycker om eller så.”

- Alma, 18

Den privata publiken är utvald och respondenternas framträdande anpassas efter det. Där betar de sig som de mer eller mindre skulle göra när de umgås med sina vänner utanför internet. Deras vänner har redan fått se deras flesta sidor vilket kan tänkas göra att de inte har lika mycket att dölja för varandra i sättet de framställer sig själva på det privata kontot. Samtidigt som det är en viss tillrättalagd bild av jaget för det säkert viss information och delar av deras privataste bakre regioner som de inte skulle lägga upp på Instagram. Innehåll som inte hör hemma för en internetpublik.

Ett bra första intryck

Det första intrycket och den presentationen som Instagram ger av respondenterna är enligt dem själva viktigt för dem. I och med att de kan kontrollera vilken bild av dem själva som representeras och syns på Instagram kan de också mer eller mindre kontrollera det första intrycket som folk får av dem. Om någon de inte känner väl ser deras profil vill de att de ska få en så bra första bild av dem som möjligt så att de vill följa dem och veta mer om dem:

“Jag tänker typ lite att om man tänker nu att vi nästa år pluggar högskola och alla känner nya människor är det ibland det första man gör att kolla någons Instagram. Det är lite ens utåt så vill man ju inte att de ska komma in där och ojoj vad är detta för människa? Man vill ju ändå att de ska tänka jaja men det är ju hon. Och så vill man följa.”

- Klara, 18

Det första intrycket ska gärna väcka ett intresse hos den nya personen att veta mer om respondenterna och börja följa dem. Här planeras deras framträdanden långsiktigt för en stor publik som ständigt kan vara under förändring, det vill säga med nya tillkommande följare. Det skulle kunna ses som den idealiserade bilden av jaget som individen skapar med sin fasad (Goffman 1959:39). Fasaden är den expressiva utrustning som skapar och definierar ett framträdande, medvetet eller omedvetet (ibid.). Fasaden kan därmed anses bli viktig för att kunna kontrollera det första intrycket i framträdandet på Instagram för respondenterna. Även i följande citat dyker frågan om att om någon vill leta upp dem på Instagram vill man göra ett bra första intryck:

“Ja man tänker ju på sitt öppna konto, så tänker man ju mer på ja men att man själv är nöjd med bilden och att vad folk ska tycka om den, att folk ska komma tycka den är fin och så. Och vill ha liksom, det är liksom det om någon skulle vilja leta upp mig så är det ju det kontot som man kommer till. Då vill man ju vara fin där och inte ha alla dubbelhakor.”

- Ester, 18

Det blir således viktigt att framträdandet av den främre regionen visar upp den bästa versionen av dem själva medan i den bakre regionen med vännerna spelar det inte lika stor roll. På det öppna är det första intrycket viktigt och det är även där de exempelvis har möjligheten att visa upp en mognare bild av sig själv inför vuxna eller personer som de ser upp till.

Representationen av jaget blir betydelsefullt för det första intrycket av personen bakom Instagramkontot. Både det öppna och det stängda Instagramkontot kan ses som en representation av vardagslivet där respondenterna har valt att visa upp olika uttänkta representationer av dem själva och deras vardag. De öppna kontona däremot är som sagt mer genomtänkta, tillrättalagda och har fina bilder för att presentera utvalda bilder av jaget och vardagen för att delvis kunna göra ett så bra första intryck för den främmande publiken som möjligt. Eftersom internet gör det möjligt att skapa en egen representation av sig själv som vi sedan använder när vi kommunicerar med andras skapade självrepresentationer (Persson 2012), får respondenterna därmed en stor kontroll över vilken bild av dem som sänds ut på båda kontona.

En teater på Instagram

Vardagslivet kan utifrån det symbol-interaktionistiska perspektivet ses som flera olika framträdanden av oss själva, där vi själva bestämmer på vilket sätt och inför vilken publik vi framställer oss själva och jaget (Andersson 2017:23). Det kan tänkas spela större roll på det öppna och offentliga kontot där självrepresentationen och bilden utåt av jaget blir tillgänglig för en publik som inte är så personligt nära respondenten. Men även på det privata kontot kan det tänkas vara så att respondenterna är mån om självrepresentationen och hur de framställer sig inför sina vänner. Eftersom det verkar finnas en norm om att det ska vara roligt innehåll på det privata kontot kan det tänkas finnas ett undermedvetet krav att man ska visa upp sin roligaste sida där vilket också blir en form av självrepresentation.

På frågan om det är viktigt att det är fina bilder på en själv på det öppna kontot tar Klara själv upp faktorn att Instagram skulle kunna ses som en teaterscen, vad man visar och vilket framträdande man gör på scen och bakom scen:

“Man kan ju tänka lite så att är man på hemmafest då är man ju oftast sig själv och man har kul och man pratar och snackar och allt såhär. Men skulle jag gå upp på en scen inför massa folk då skulle ju inte jag bete mig på samma vis som jag gör när jag är med folk. Det är lite samma sak att har jag massa folk som tittar på mig så betar man sig lite mer korrekt eller vad man ska

säga. Medans om det är privat så kanske man inte följer de här ramarna på samma vis. Man slappnar av.”

- Klara, 18

Att se Instagram som en teaterscen på det sättet som Klara förklarar ovan kan efterliknas med Goffmans dramaturgiska perspektiv och att jaget ses som en teaterscen i förhållande till jagets främre- och bakre regionerna. Goffman menar att man övar på sina olika framträdanden och ändrar på scenografin beroende på vad vi vill att publiken ska få se (Goffman 1959:102). Allt som publiken ska se sker enligt Goffman i den bakre regionen, bakom kulisserna (ibid.). Att se Instagram som en scen för olika framträdande var inte heller något som jag hade pratat med respondenterna om innan. Vilket därför gör det extra intressant och spännande att Klara refererar till det öppna Instagramkontot som att stå på scen där hon inte är lika mycket sig själv som på sitt privata konto. Det öppna kontot skulle på så sätt kunna ses som Instagramscen där du är synlig för en större publik medan det privata kontot kan ses som ett backstagehäng, bakom kulisserna, med bara kompisarna. På det privata kontot delar de med sig mer av sina bakre regioner för sina vänner och bjuder in dem till sin privata vardag. På det öppna kontot får följarna ta del av den tillrättalagda främre regionen och den bästa versionen av jaget.

Ett noga urval av bilder

När respondenterna är så pass väl medvetna om sin egna självrepresentation på sina Instagramkonton, inte minst på det öppna, är det inte konstigt att de är noga med urvalet av bilder som ska visa upp den bästa sidan av dem själva på det öppna kontot.

Medans det andra är ju verkligen såhär som jag sa att man vill marknadsföra sig själv. Det ska vara fina bilder och allt ska passa ihop, man ska ha det genomtänkt och man vill ju få någon respons på det på något vis.

- Klara, 18

Det öppna är mer genomtänkt än vad det privata är, på det privata är det mer avslappnat då det bara är deras vänner som de känner sig trygga med som får se det de lägger ut där. På det privata kontot kan det även tänkas ges mer utrymme åt misstag, om man råkar lägga ut någonting som missförstås eller är olämpligt, eftersom publiken är mer känd för respondenterna. De vännerna de har på det privata kontot är oftast de som de träffar ofta och kommunicerar med på vardaglig basis, därmed skulle det kunna vara lättare att fixa och förklara eventuella misstag med dem. Trots allt är det viktigt att man själv är nöjd med bilderna man lägger ut på sitt öppna konto enligt respondenterna:

Asså det är mycket folk alla som såhär det är alla som man följer, eller nästan alla som följer en på sin riktiga gillar ju bilder och tittar på dem så det liksom det måste ju vara någorlunda, asså det måste ju vara någorlunda liksom såhär fint. Man vill ju liksom inte lägga upp en bild där man ser lite såhär halvdan ut utan liksom wow näenäe det vill man ju inte göra, man vill ju lägga upp lite finare bilder för att folk ska se den fina sidan av sig själv.

- Selma, 14

Flera gånger under intervjuerna kommer det upp att det ska vara fina bilder på det öppna kontot för att man vill visa upp den finare sidan av sig själv. Det är möjligt att det har skapats en idealiserad bild och idé av vad som ska vara på de olika kontona, genomtänkte eller ej, och därmed kan det bli viktigt att uppfylla de normativa kraven. Bland människor respondenterna tycker om, såsom deras vänner, har de inget emot att visa upp en mindre tillrättalagd bild av sig själva. Versionen av sig själva som de visar upp på sitt privata konto är så som de med största sannolikhet skulle bete sig när de umgicks med sina vänner. Det sker i en miljö som de känner sig trygga i. De konversationer de kanske har när de umgås på riktigt med sina vänner kan även få utrymme i en bild på Instagram för att visa upp vad de tycker om eller är intresserade av:

“Ja men så hade jag, man lägger ju typ upp såhär bilder på kompisar kanske typ någon ful bild på en själv och typ såhär alltså på sitt privata då och kanske någon bild på någon [kändis] kille eller så men alltså och sen på sitt riktiga lägger man ju upp finare bilder så man använder ju mer sitt riktiga.”

- Selma, 14

Precis som Selma förklarar så är det okej att på sitt privata konto lägga upp fulare bilder på sig själv eller på någon kändiskille som de tycker är snygg. Eftersom hennes vänner ingår i hennes referensram förstår de troligtvis vad hon vill säga med de bilder hon laddar upp på sin Instagram. Tänkbart är även att man kan känna vissa krav även på det privata kontot också. Även om de säger att de kan ladda upp i princip vad som helst på det privata finns det kanske saker som de inte vill dela med sina vänner håller, saker de skäms för eller inte berättat för sina vänner. Delar av sin absoluta bakre region som de bara håller för sig själva kanske. Oavsett är det innehåll på det privata kontot sånt som de inte vill att hela internet och världen ska få se, utan bara bakom stängda dörrar tillsammans med deras vänner.

Olika sidor av sig själv

När respondenterna berättar vad de laddar upp på de olika kontona för de även en diskussion kring olika sidor och versioner av sig själv:

“Såhär på mitt riktiga eller mitt inte privata då det är ju mer såhär finare bilder. Kanske på en blomma eller något sånt där alltså lite såhär finare sen på mitt privata är mer såhär kanske någon ful selfie kanske någon bild på mina kompisar som är rolig (Bea, 16: eller meme) ja alltså mycket sånt såhär skämt typ såhär det är mer skämtiga sidan av mig om man säger så.”

- Selma, 14

Selmas citat visar på att de mer eller mindre medvetet visar upp olika sidor av sig själva för deras följare att se. En sida som respondenterna inte vill visa upp av sig själva på Instagram är när de är ledsna: *“Nä om man är ledsen och sånt då vill man ju inte lägga upp det, inte på det privata heller.”* (Ester, 18). Det tycks inte stämma överens med hur de vill framställa sig själva på sociala medier. Det som laddas upp på Instagram, oavsett vilket konto, ska vara positivt och inte skapa några negativa associationer. Det är inte underhållande heller och alla respondenterna var överens om att, speciellt på det privata kontot, handlar det mycket om att dela roliga och underhållande saker med sina kompisar. Som tidigare nämnt talar de även om att Instagram ska göra ett gott första intryck av dem som personer och då kan det vara en annan anledning till varför de inte vill dela bilder på dem själva när de är ledsna. Därmed får deras vänner och följare på deras privata Instagram inte se deras allra privataste jag, det är trots allt en tillrättalagt bakre region som delas. Det känsliga och sårbara jaget får ingen plats på det privata kontot, ännu mindre på det öppna. När de är ledsna, det vill de hålla föra sig själva och anser inte att det är någonting som resten av världen och internet behöver veta om. Att visa sig sårbar, må dåligt eller ens psykiska hälsa är sidor som kan tänkas hållas dolda för publiken så att det inte ska stämplas som någonting utanför det normala, stigman.

6.3 Interaktion

Den tredje frågeställningen handlar om hur interaktionen ser ut på de olika Instagramkontona. Den interaktion som sker i form av likes och kommenterar, vad det ger för slags bekräftelse och skapar för diskussioner.

Viktigt med likes eller inte

Interaktionen på Instagram förekommer främst i att ge varandra bekräftelse genom att *likea*, det vill säga gilla och ger en gillamarkering i form av ett hjärta till andras bilder eller att kommentera varandras bilder. Likesen delas ut relativt fritt från respondenterna och inte alltid med särskilt stor eftertanke:

Jag likear allting haha. Asså jag är så jobbig ibland är det såhär reklam och jag bara wow snygg bild, och så fortsätter jag likea och så bara fortsätter jag bläddra och likea.

- Selma, 14

Likesen tappar sin mening lite när allt får samma uppmärksamhet. Inget sticker då direkt ut ur mängden. Likesen verkar också kunna mäta en form av vänskapsnivå, om man gillar ens bilder eller inte:

Gillar du min bild så gillar jag din bild. Också kan man känna ibland att fast du brukar inte gilla mina bilder behöver jag verkligen gilla dina? Det blir jättemärkligt.

- Ellen, 18

Speciellt på det privata kontot handlar likesen mer om att uppmuntra varandra och stötta varandra. Även i form av att följa varandras konton för att ge varandra ett högre följartal kan ses en form av support och stöttning från ens kompisar även på sociala medier:

Ja, jag följer ju din (Alma) vanliga med min privata bara för att ge dig en till följare [...] det är inte så mycket för att man vill se det där också utan det är ju för att stötta.

- Ester, 18

När vi under intervjuerna pratade mer om likesen konstaterades det ibland är det inte bilden som är det viktiga för att det ska få en like, ibland handlar det lika mycket, om inte mer, om personen bakom bilden än själva bilden:

Ibland så om man ser att det är någon som har lagt ut någonting som man känner eller som man är kompis med eller som man bara vet vilken det är så tänker jag typ bara att man byter likes. Att bilden i sig inte spelar så stor roll utan att det bara har blivit en grej.

- Klara, 18

Likesen blir mer som en byteshandel, man gillar för att man ska och för att det är ens kompisar. Det kan ses som en form av ömsesidig bekräftelse där likesen möjligtvis betyder mer än en komplimang i verkligheten. Att man *“byter likes”* med varandra och den ömsesidiga bekräftelsen kan förklaras utifrån att interaktionen som sker på sociala medier ofta ses som ett slags bekräftelsebeteende (Andersson 2017:32). Liknande beteende sker när respondenterna följer varandras konton bara för att supporta eller ge varandra fler följare, vilket också skulle kunna ses som en form av bekräftelse som de ger till varandra. Interaktionen, uppmärksamheten och bekräftelsen formar oss i den vardagliga kommunikationen enligt Johan Asplund (1987), och ses som verktyg för mikromakt.

Det viktigaste är inte att få många likes enligt respondenterna, det är kul med uppmärksamheten och den bekräftelse likesen ger men de menar att de inte vill påstå att vid lägger så stor vikt vid likesen längre:

Jag vet när jag var, alltså för något år sedan så var det jätteviktigt. Mm man såg så att oj hon fick jättemånga likes, det vill jag också ha. Asså man jämförde jättemycket, men jag upplever jag vet inte om det är med åldern eller om det bara är lite mer avslappnat att visst är det kul med likes men det är inte samma press på det. Jag känner att om man får 100 eller 200 ja det spelar ingen roll så.

- Klara, 18

Trots att respondenterna menar att likesen oftast inte spelar så stor roll kan de ändå tänkas ge någon slags bekräftelse för den direkta självrepresentationen, i sättet de väljer att presentera sig själva i det de väljer att ladda upp. Tidigare forskning har diskuterat att användare känner sig mer värdiga och bekräftade om de får fler likes på sociala medier (Burns 2017:98). Likesen kan på så sätt bli betydelsefullt för att upprätthålla en viss status på sociala medier. De blir även en form av erkännande och möjligtvis en motivation och uppmuntran till att fortsätta visa upp sig själv på sociala medier, oberoende på hur betydelsefulla likesen är för en.

Det är ett mer avslappnat klimat på Instagram numera kring likes och bekräftelsebehov hos de äldre respondenterna. Däremot är hundra till tvåhundra personer som gillar ens bild relativt många människor och eftersom dessa siffror förekommer på det öppna kontot är det ingen självklarhet att respondenterna känner alla som har gett dem en like. En like från en person som respondenterna har en form av relation eller koppling till spelar större roll än från någon främmande:

Nä inte egentligen. Jag tänkte ibland så att vad spelar likesen från helt okända personer för roll för mig som har lagt ut det liksom? Det har ju ingen betydelse mer än att det ser bra ut asså om man kollar igenom Instagrammen, men betyder ju egentligen ingenting. För jag känner ju inte den som har gillat det och då spelar det ju ingen roll då tänker jag.

- Ellen, 18

Det ser bra ut med många likes men det har inget direkt värde för respondenterna, förutom om det är från folk de känner. Bekräftelsen blir på så sätt viktigare när den kommer från någon som respondenterna har någon form av relation till. För Bea som är 16 år verkar bekräftelsebehovet i form av likes vara viktigare och hon och hennes vänner är medvetna om att upprätthålla en viss popularitet på Instagram:

Bea: Likesen är ju viktigare tycker jag, viktigare än kommentarerna. Eh men sen är det ju inte så att jag bryr mig så mycket om det asså så att jag skulle dra nytta av det. Men mina

kompisar, min ena kompis vet jag att hon vill jättegärna ha fler kommentarer så då ber hon oss kommentera för att andra ska se att hon har många. Men så skulle jag aldrig göra.

Anna: Varför tycker du likesen är viktigare än kommentarerna?

Bea: Jag vet inte. Men jag tror att många eller jag kollar iallafall mycket på hur många likes andra har och man vill ju ändå ha som andra, man vill ju ändå vara lika bra. Ja jag vet inte.

Detta handlar om det mer öppna kontot vars innehåll är tillgängligt för en bredare publik än vad det privata innehållet är. På det privata kontot däremot menar respondenterna att ett eventuellt bekräftelsebehov är inte lika stort eftersom de som får se vad som laddas upp där är deras vänner. Ofta är även deras vänner med på bilderna, eller var med när bilderna tog så då handlar det mer om att dela minnen med varandra och skapa någonting tillsammans.

Kommentarer är roligare för de skapar en diskussion

På det privata kontot handlar det inte lika mycket om att få bekräftelse i form av likes som det kan göra på det öppna kontot. Där är respondenterna mer ute efter att få en reaktion då deras följare kan relatera till det de har lagt upp, helst i form av kommentarer:

På det privata så är det väl mest för att man vill skapa en, jag vet inte vad man ska säga, skapa något tillsammans med de man har gjort det med. Oftast lägger man inte ut en bild på sig själv där och då vill man skapa något ihop med de som har hittat på något med. Och att man hellre vill få en reaktion på så sätt med en kommentar, väger mer på det kontot än en like liksom. Man gillar ju vad andra gör men jag upplever inte att man lägger ut någonting i hopp om att få likes. Utan det blir mer såhär att man vill få en reaktion. hellre en kommentar då att "*åh vad roligt*" eller "*oj, vad hände där?*" asså du vet såhär, medans det andra är mer att man kanske hoppas att få många likes eller att man vill få lite mer bekräftelse. Det känns jättedumt när man tänker på det men det är ju så det funkar.

- Ellen, 18

På det privata kontot finns det som sagt inte samma förväntan på likes och det blir mer avslappnat för respondenterna följer inte lika många på sitt privata som på sitt öppna konto. Det handlar mer om att dela roliga saker med sina kompisar. Då det privata kontot mer blir som ett separat rum för kompisarna som är mer privat och inte tillgängligt för alla. Alla är mer eller mindre överens om att på det privata kontot är det mycket roligare med kommentarer än likes och det är de reaktionerna de vill få från sina följare: "*Mycket kommentarer, det är det man jag skiter i om de gillar det men kommentarerna är ju lite kul.*" (Selma, 14), "*För då har man ändå visat att de har sett vad man har gjort.*" (Klara, 18) och "*Man skapar en diskussion*" (Ellen, 18). Diskussionerna som skapas i kommentarsfälten på de privata kontona kan tänkas

efterliknas de konversationerna som respondenterna har med sina vänner utanför Instagram, såväl som i andra medier men även i verkligheten ansikte mot ansikte:

Tycker det är roligare på mitt privata, tycker jag det är jätteroligt om folk kommenterar och tycker det är kul och så eller *“åh vad kul det kommer jag ihåg”* såhär [...] det blir mer som en diskussion, eller ja det blir mer som en smsgrupp då när man får kommentarer än om man bara får likes.

- Ester, 18

Diskussionerna i kommentarsfältet skulle utifrån ett symbol-interaktionistiskt perspektiv kunna ses som att jaget skapas och återskapas genom interaktionerna (Berger 1969 & Blumer 1969). Kommentarsfältet på det privata kontot och de diskussionerna som skapas där blir som en privat plats för respondenterna tillsammans med sina kompisar där de kan fortsätta och vidareutveckla konversationer som de har ansikte mot ansikte. Det är fortfarande viktigt att dessa diskussioner hålls inom den tänkta publiken, det vill säga de närmsta vännerna. Kommenterar någon på deras öppna någonting som kanske ses som mer privat och som inte förstås av alla utomstående som kan se det, exempelvis vuxna och föräldrar, kan det ses som ett intrång i den bakre regionen och det blir innehåll som hamnar på fel ställe inför fel publik. Interaktionen på sociala medier gör det inte möjligt att på samma sätt få del av de båda uttrycksformerna som Goffman talar om, de som sänds ut och de som överförs, det vill säga både tal och kroppsspråk (Persson 2012). Därmed kan man se det som att kommentarerna på Instagram inte kan inkludera överförande uttryck som kroppsspråk och kan därmed bli ännu svårare att förstå för någon som är utanför den tänkta publiken och som inte heller delar samma referensram.

Enligt respondenterna spelar det inte heller så stor roll vad som kommenteras på det privata kontot eftersom det bara är deras vänner som både kan se och göra kommentarerna. Däremot om det är kommentarer på deras vanliga, mer öppna konton då bryr de sig betydligt mer om vad som kommenteras eftersom det påverkar bilden av jaget:

Bea: Ja framförallt för att vuxna kommer att de ser ju det om man scrollar förbi så ser man kommentarerna och ser man då att ens kompisar skrivit något jättekonstigt då är det lite pinsamt.

Selma: Ja då är det lite pinsamt om nån som liksom inte är såhär kompis skriver något konstigt på ens bild och sen så kommer nån typ såhär kusin eller så som scrollar förbi och man bara nej och man vill typ reporta det, gå väck härifrån.

Interaktionen och den aktiviteten som sker på Instagram här i form av kommentarer och likes kan ses som en indirekt självrepresentation, utifrån det symbolisk-interaktionistiska perspektivet (Andersson 2017:24). Det kan tänkas ses som ett sätt att mäta användarnas

bekräftelsebehov. Återigen är medvetenheten kring den egna självrepresentationer betydligt större på det öppna kontot än på det privata, och respondenterna vill helst undvika i den mån det är möjligt att den förväntade publiken ska se sidor av dem som de inte förväntas att se.

6.4 Medvetenhet - publiksegregation

Slutligen handlar studiens fjärde frågeställning om respondenternas medvetenhet kring vem som får och inte får se vad de laddar upp på sina olika Instagramkonton. Under intervjun ställde jag frågor kring vem som får följa dem på deras olika konton, varför och vad publikåskillnaden gör för de olika kontona.

Privata till för den närmsta kompiskretsen

Alla respondenterna var eniga på frågan om vem som får följa dem att på den privata är endast till för de närmsta vännerna. Där får bara människor som de känner väl, som har samma intressen som dem och som ingår i deras kompiskrets följa dem. Helt enkelt de som har samma referensramar som dem och har samma gruppstillhörighet får se vad som läggs upp på de privata kontona:

Ja privata är ju typ närmsta vänner och typ såna folk som gillar [...] det är ju typ samma sak där man vill ju inte ha någon människa som inte gillar samma sorts bilder som man lägger upp. Typ så man delar upp det.

- Selma, 14

Det finns en tydlig fördelning mellan vem som får följa det öppna och det privata kontot. För de respondenterna som har båda sina konton privata finns det en medvetenhet och de gör trots allt ett urval kring vem som får följa en på det så kallade öppna kontot:

Det är ju mer öppet på ett sätt fast att man kan kontrollera vilka som följer dig än det privata för där skulle jag ju inte få för mig att, nå men jag följer nån som jag knappt känner. Asså jag vet ju vem den är men den känner ju inte mig liksom.

- Ellen, 18

Möjligheten att kunna ha den kontrollen i vem som får följa en på de olika kontona kan även ses som en sorts trygghet och säkerhet:

Jag har båda mina konton privata för att jag ska kunna välja vilka som ska se bilderna så det inte blir någon såhär weird snubbe som wow titta mina bilder bara nej tack.

- Selma, 14

De privata inställningar som respondenterna kan göra på sina konton gör det möjligt för dem att skapa en privat plats i det offentliga (Persson 2012). Kontrollen de har över sin egna självrepresentation inför olika publikker visar på en stor medvetenhet hur de lever sina digitala liv på internet och sociala medier. De kan och vill synas och finnas på Instagram för både en mindre och en bredare publik, men behöver nödvändigtvis inte synas för hela världen bara för det. De som har sitt öppna konto privat också vill inte att okända främmande, eventuellt obehagliga personer ska kunna se dem och släpper därför bara in personer som de, utifrån den personens valda självrepresentation på Instagram, anser vara en rimlig person. På så sätt skulle Instagram kunna ses som ett ständigt flöde av personers olika självrepresentationer inför olika valda publikker.

Alla respondenterna har med ordet privat i sitt användarnamn någonstans för att just markera att det är deras privata konto. På det kontot vill de och har de betydligt mer kontroll över vem som ska få vara deras publik. Att ha med ordet privat kan också ses som en markör och för att förtydliga vad det är för konto:

Det är väl mer för att om man vill följa mig så ska man följa mitt andra konto och har man då markerat att detta är mitt privata. Jag följer inte någon som är privat om jag inte känner människan. Om jag inte känner dem väl, då har man gjort det tydligare för alla runt omkring.
- Ellen, 18

Det blir ett sätt att markera att är du inte del av min närmsta kompiskrets har du inte här att göra: *“Det är lite sociala koder så.”* (Ellen, 18). Det privata kontot är något de byggt upp och bygger upp för och tillsammans med sina närmsta vänner och tillhör man inte den gruppen menar respondenterna att då är man inte del av det Instagramkontot heller.

Precis som när respondenterna gör det tydligt för andra att deras privata konton är privat och får bara följas av de som de känner väl, är de själva också mycket medvetna om att de inte har att göra med någon annans privata konto om de inte är nära vän med hen:

Klara: Man känner nästan lite att man inte har så mycket att göra med vad den personen lägger ut på sitt privata eftersom man inte har någon koppling till det.

Ellen: Man kan känna att det tappar mening med för att oftast så är det ganska privata skämt och det är lite inside och såhär. För hade jag följt dem så hade jag nog inte förstått det roliga i det.

Ingår man inte i samma kompiskrets och därmed inte har samma referensramar blir inte innehållet på det privata kontot särskilt relevant, menar respondenterna. Den tredje regionen

som Goffman talar om, *utsidan*, är där de främre- och bakre regionerna inte har definierats (Goffman 1959:120). Den utomstående publiken kan vara del av någons främre region men vid tillfällen ta även sig in i den bakre regioner, eller tvärt om (ibid.). Detta kan tänkas ske när personer man inte känner särskilt väl får tillgång till din bakre region, såsom det privata kontot. De vänner som följer det privata kontot och där får ta del av respondenternas bakre regioner får även ta del av deras främre regioner. Att de två framträdandena blandas mellan dessa publikerna gör inte så mycket. Däremot är viktigare att de som inte burkar få ta del av den bakre regioner, de som inte ingår i samma kompisrets, inte får ta del av de båda framträdandena. Det finns risk att utsidan stör uppfattningarna av de olika regionerna och bör behandlas försiktigt (ibid.). Den idealiserade bilden av jaget som respondenterna byggt upp på det öppna kontot ska helst inte påverkas av en utomstående publik, därmed behöver de ha kontroll över sina regioner så att personer som vänner de inte känner så väl eller vuxna kan hållas åtskilda inte får blandade uppfattningar av deras olika framträdanden på Instagram.

En plats utan föräldrar, vuxna och syskon

Föräldrar och andra vuxna får inte följa deras privata konton. De privata kontona är tjejernas privata rum från de vuxna där de, främst under sina tidigare tonårsår, får möjligheten att vara ifred från föräldrarna:

Jag vet inte. Från början var det väl lite att man inte ville att de skulle se det, men idag hade jag nog inte haft några problem med att de följde mig egentligen. För att vi har väldigt öppen relation och vi pratar om allt och vad som händer och hit och dit, men samtidigt är det rätt skönt att det verkligen har blivit mitt kompisumgänge som är på den Instagramen. De ingår ju inte i den kretsen liksom, de vet ju framförallt inte vilka människorna är på det viset.

- Klara, 18

Föräldrarna får se en del av sina barns bakre regioner när de är hemma i form av den rollen barnen har hemma i familjekonstellationen. På sociala medier spelar de en annan roll med sina kompisar, än vad de gör hemma och kompisarna får möjligtvis ta del av en annan bakre region än den föräldrarna får tillgång till hemma. Det är den roll som respondenten är och känner sig trygg med som tar plats på det privata kontot. Att dölja saker för sina föräldrar är enligt föräldrarna inte huvudsyftet med det privata kontot, men självklart förnekar de inte faktorn att det är skönt att ha en plats bortom föräldrarnas uppsyn. Möjligtvis handlar det om en fråga om hur gammal man är. När respondenterna var eller är under 18 år och delar festvideos eller bilder från fester eller annat som föräldrarna kanske inte tycker är så lämpligt är det skönt att ha en

plats att dela med sig av det med sina vänner utan att föräldrarna se. Att göra saker man inte får för sina föräldrar, som att exempelvis festa när man egentligen är för ung är nog för många en del av att växa upp och vara tonåring. Även om föräldrarna förmodligen är mer eller mindre medvetna om vad deras barn gör med sina vänner är de inte del av ungdomarnas tilltänkta publik på deras privata Instagram och ska därmed inte heller ha tillgång till det innehållet. Genom att kontrollera sina främre regioner kan de styra vilket framträdande de olika publikerna får se. Samtidigt är det inte säkert att den ena bilden är mer sann än den andra som publiken får se, då det skulle kunna förekomma att inför kompisarna skryter och eventuellt överdriver om hur full man egentligen var på en fest eller liknande.

Friheten att ha en egen plats med sina närmaste kompisar på Instagram kan säkert ses som en lättnad för många ungdomar. Ju äldre man blir desto mer kan man tänkas behöva sin egentid och även behöva att ens föräldrar kan respektera det:

Ja, och jag tycker ändå att det är skönt att man kan acceptera att ens barn ändå har lite privat liksom. Sålåge, för jag upplever att sålänge man inte har några problem överlag ska ju inte det vara något konstigt egentligen att kunna få vara lite privat.

- Klara, 18

Om respondenternas föräldrar har velat följa deras privata konto har det inte blivit någon större diskussion kring det. Alma lät sin mamma följa henne först med sen tog hon bort henne. Om det handlade om att föräldrarna respekterar det privata rummet eller inte är tillräckligt tekniskt kunniga och medvetna om de olika kontona är inte helt säkert:

Nej, mamma hon skickade en följarförfrågan till mig men jag tog bara bort den och sen har det inte varit mer med det. Det var precis som att jaja. Sen är inte hon så high tech heller, så jag tror inte att hon riktigt förstod vad det innebar. Jag vet inte om hon har uppfattat att det är två olika konton ens, det är ju tyvärr så.

- Klara, 18

Om innehållet på det privata kontot intresserar föräldrarna eller inte kan respondenterna bara anta. Även om det är något som intresserar föräldrar och vuxna kanske de medvetet håller sig undan för att ge det utrymme till sina barn:

Jag tror inte mamma hade tyckt det var roligt att följa... jag tror det är roligare att följa min öppna då det är där jag lägger upp såna saker som hon tycker är roliga. Hon tycker ju inte det är kul med mina festvideos, det är inget som intresserar henne.

- Ester, 18

Om deras föräldrar inte hade Instagram när de skaffade det privata kontot är det också möjligt att de inte vet om att deras barn har mer än ett konto. Men även om det är medvetna om det privata kontot får de ändå inte följa det för de ingår inte i den tänkta publiken för det kontot.

Bea: Näe eller ja dom har ju inte haft Instagram eller mamma hade ju inte Instagram när jag skaffade och jag använder ju inte det nu, men typ min tränare har ju skickat förfrågan och det har jag inte svarat på och det är några till såna som man inte vill ska följa det. Men mina föräldrar har ju inte haft det så.

Selma: Näe jag vill inte. Det är också såhär asså såhär hon kommer bara klaga det är det, de klagar ju i kommentarerna och det är jättejobbigt så då vill man ju inte ha dem där för man kan ju inte rapportera en kommentar eller så om det är från ens föräldrar haha.

Andra vuxna får inte heller följa deras privata konton för de ingår inte heller i den tänkta publiken för det privata kontot. Att vuxna inte får följa det privata kan också ha att göra med att respondenterna inte vill att de ska se den bilden av dem och eventuellt påverka den uppfattning de har om dem i dagsläget. De är försiktiga så att deras främre regionen inte rubbas, så att de kan behålla kontrollen över den bilden vuxna har av dem inte ska påverkas eller förändras.

Precis som vuxna är yngre syskon inte heller medräknade i den tilltänka publiken för det privata kontot. Är de mycket yngre har de inte heller samma referensram och har kanske inte samma förståelse eller intresse för det deras äldre syskon gör med sina vänner. Respondenterna spelar en viss roll för sina syskon, precis som de gör inför sina föräldrar eller andra vuxna och därmed ska de olika rollerna inte blandas:

Klara: Min lillebror får inte följa mig. Han är fem år yngre än mig och vi har liksom inte alls samma umgänge och det är så pass stor åldersskillnad så det känner jag att han inte har någonting med att göra.

Ellen: Är man då fem år yngre då har man ju inte gjort det som vi gör nu.

Klara: Man är inte i samma värld, jag känner att det är rätt så olika livsstil liksom speciellt under dessa åren som vi har gått igenom eller håller på att gå igenom nu så är det ju faktiskt det.

Hur stor åldersskillnaden är avgörande för om syskonen får se vad deras äldre syskon gör med sina kompisar. Rollerna blandas i de fall där det inte är så stor åldersskillnad mellan syskonen och respondenterna och om de är både syskon och del av samma kompiskrets. Då ingår de i varandras olika publik och kan därmed få ta del av innehållet på det privata kontot också.

Även vilken relation de har till sina syskon avgör om de räknas som en del av publiken och kompiskretsen med samma referensramar:

Jag har en lillasyster som är två år yngre och vi har ändå, ja ni vet ju vem hon är och hon har varit med några gånger. [...] ja så hon vet ju vem mina kompisar är och jag vet hennes. Så att hon får ju följa det men hade det varit så att vi inte var så nära eller att åldersskillnaden varit större så kanske det hade varit annorlunda.

- Ellen, 18

Vem som får vara del av ens olika publiker på de olika kontona skulle även kunna ändras. Som nedan när Ester anser att hennes syster numera är mer mottaglig för vad som finns på hennes privata konto:

Jo nu hade jag kunnat göra det men innan när jag la upp där mycket då var hon ju bara typ 11-12 då tyckte jag att hon var för liten, tyckte inte att det, jag skulle inte vilja se min syster asså så även fast det inte var så grovt så var det ändå grejer man inte vill.

- Ester, 18

Respondenterna är alla väl medvetna om den publiksegregation de gör på sina olika konton. Det är publiken som avgör vilka framträdande vi gör av oss själva (Andersson 2017:23), därmed är det respondenternas följare som mer eller mindre styr hur de väljer att presentera sig själva. Respondenterna spelar olika roller på sina olika konton och när de använder sitt privata är de noga med att försäkra sig om att alla som får se deras roll på deras öppna konto inte får se den roll de spelar på sitt privata konto. De närmaste vännerna som får följa deras privata konto har samma referensramar och förstår de interna skämt som emellanåt tas upp där eller delar samma minnen som återspeglas i bilderna på det kontot. Den referensramen kan ses som ett krav för om man får följa det privata kontot eller inte. Är man inte del av eller förstår det innehåll som laddas upp där har man inte där att göra. Detsamma gäller för respondenterna att de inte skulle följa någon annans privata konto som de inte känner så bra för de skulle förmodligen inte förstå eller se det roliga eftersom de inte är del av den personens referensram. Alltså måste man uppfylla vissa krav för att få vara del av den publik som respondenterna visar upp en viss bild av sig själv och sina vänner, och bjuder in till sin bakre region för på det privata kontot.

7. Slutdiskussion

Syftet med studien ämnade till att skapa en djupare förståelse kring användandet av dubbla eller flera konton på Instagram bland unga. Samt hur unga ser på privat och offentligt och var behovet kommer ifrån att ha mer än ett konto. Intervjuerna gav intressanta insikter om hur respondenternas använder sina Instagramkonton, vad de har för medvetenhet kring sin egna självrepresentation och vem som får vara del av de olika publikerna genom publiksegregation.

De olika kontona på Instagram bär olika syften för respondenterna. Det privata kontot blev en plats där de kunde dela mer privata saker och roliga minnen tillsammans med sina närmsta vänner. Det öppna kontot är det de använder mest som sitt vanliga vardagskonto. På det öppna kontot är självrepresentationen betydligt viktigare eftersom det innehållet är tillgängligt för en större och mer okänd publik. Eftersom det bara är den närmsta kompiskretsen på det privata kontot spelar det inte lika stor roll om bilderna är fina eller fula, då det är en mer avslappnad miljö och publiken är bara människor som respondenterna känner sig trygga och bekväma med. När det gäller interaktionen på de olika kontona menar respondenterna att mellan vänner handlar det ofta mer om att "byta likes" och bilden i sig spelar inte så stor roll, vilket kan ses som en ömsesidig bekräftelse. Kommentarer är roligare än likes, speciellt på det privata kontot. Där handlar det mer om att skapa en diskussion kring vad de har upplevt tillsammans. Som ett sätt att fortsätta och vidareutveckla en interaktion som skett ansikte mot ansikte tidigare. Respondenterna är alla väl medvetna om vem de väljer som får se det de laddar upp på sitt privata konto och vem som inte får det, alltså att de gör en publiksegregation. De spelar olika roller och jobbat med sina främre- och bakre regioner inför olika publik, vilka de också är noga med att de inte blandas.

En intressant iakttagelse var att det inte var helt självklart hur respondenterna såg på vad som var privat och vad som var offentligt på de olika kontona. Fyra av de sex respondenterna hade båda sina konton privata men ansåg det ena, som de refererade till som sitt vanliga, som öppet för att där både följde de och hade fler följare och det var även det konto som de använde mest. Det fick mig att ändra mina tankar kring deras medvetenhet om säkerheten på internet och hur tillgängligt allt innehåll kan vara. De har en större medvetenhet om att de inte vill ha obehagliga personer som följer dem eller att folk lättare kan ta och utnyttja deras namn om de har ett öppet konto. Viljan om att efterlikna någon form av kändisskap och exklusivitet på Instagram finns inte på samma sätt som jag trodde tidigare. Däremot skapas en exklusivitet i vem som får följa respondenterna eller inte, vilket de själva kontrollerar genom privata

inställningar. En annan intressant iakttagelse var att det är inte heller bara på Instagram som respondenterna gör publikåtskillnad, utan detta verkar vara en strategi som de har i de flesta sociala medier som de använder. Alla berättade flera gånger om de privata stories man kan göra på Snapchat, det vill säga bilder eller videos som ligger uppe i 24 timmar och är bara synligt för de du själv väljer ska se det. Även där menade de att det var skönt att ha en privat plats för bara sina kompisar.

. Slutsatser som kan tas fram utifrån resultaten är bland annat att det är viktigt för respondenterna att ha en privat plats såväl digitalt som icke digitalt. Det skapas där olika dimensioner för vad som är privat och vad som är offentligt. De privata platserna skulle kunna ses som frizoner och trygga platser bland all digitala hets och normer omkring oss. Som en av respondenterna påpekar själv handlar det ofta om att marknadsföra sig själv på Instagram genom att man konstant visa upp den bästa bilden av sig själv inför en stor publik. Det i sig kan skapa en konstant självmedvetenhet hos många unga som reflekteras i hur de nyttjar sina sociala medier. Att vara privat i olika digitala kontexter är något ungdomarna konstant jobbar med. Just nu är det de här strategierna som funkar bäst för dem på Instagram, men inget säger att det är för evigt.

Även om innehållet på de privata kontona inte behöver vara genomtänk eller perfekt så är det ändå en tillrättalagd bild av det privata. Precis som på det öppna konton finns det oskrivna riktlinjer för vad som hör hemma där. På det öppna visar upp det bästa av de fina bilderna, och på det privata visas det bästa av det fula upp. Bekräftelsebehovet på sociala medier kan här ha tänkts tagits till en ny nivå då vi vill ha bekräftelse på vårt privatliv från våra närmsta vänner också. Har det blivit en så pass självklarhet att man ska dela med sig av sin vardag på sociala medier att ungdomarna känner behovet av att skapa två parallella representationer av sin vardag för olika publik? Det räcker inte längre att bara ha ett online-jag och ett offline-jag.

Eftersom studien har ett kvalitativt förhållningssätt är det svårt att säga hur vanligt det egentligen är bland ungdomar i de här åldrarna att ha ett privat och ett öppet konto. Kanske var det mer av en trend när de som är 18 idag var yngre, säg för tre eller fyra år sedan kanske. Respondenterna är även tjejer med en viss medelklassbakgrund vilket gör att de blir en relativt homogen grupp. Önskvärt för studien hade varit att intervjua både killar och tjejer, samt ungdomar från olika städer såsom tonåringar från en större stad också för att se om det fanns några större skillnader. När jag letade respondenter kom jag i kontakt med två 16-åriga tjejer i Lund som inte hade dubbla konton men de visste personer i deras årskurs som hade det. De som

hade dubbla konton var “de populära” i klassen och de två tillfrågade tjejerna ansåg sig inte vara i samma gäng som dem. Det fick mig att tänka att det också skulle kunna vara intressant att ställa de grupperna mot varandra, gruppen med dubbla konton och gruppen utan dubbla konton, som förslag till vidare forskning. Det skulle även vara intressant att göra en studie där det undersöktes om fenomenet med dubbla konton är lika förekommande bland ungdomar från flera olika bakgrunder, såsom klass, etnicitet eller ett bredare åldersspann för att se om det skiljer sig mellan olika grupper.

Referenser

- Alsaggaf, RM. (2019) Saudi women's identities on Facebook: Context collapse, judgement, and the imagined audience. *E J Info Sys Dev Countries*. 85:12070.
- Andersson, M. (2017). Medierad Social interaktion. I Olsson, T. (red.) *Sociala medier – vetenskapliga perspektiv*. Malmö: Gleerups
- Asplund, J. (1987). *Om hälsningsceremonier, mikromakt och asocial pratsamhet*. Göteborg: Korpen
- Berger, P. L. (1969). *Invitation till sociologi. Ett humanistiskt perspektiv*. Stockholm: Rabén & Sjögren
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism. Perspective and Method*. Berkeley, CA: University of California Press.
- boyd, d. (2008). *Taken Out of Context: American Teen Sociality in Networked Publics*. Berkeley, CA: University of California Press.
- boyd, d. (2014). *It's Complicated - the social lives of networked teens*. New Haven and London: Yale University Press.
- Burns, K. S. (2017). *Social media: a reference handbook*. Santa Barbara, California: ABCCLIO
- Cocker, H; Piacentini, M; Banister, E (2018). Managing dramaturgical dilemmas: youth drinking and multiple identities. *European Journal of Marketing*. 52(5,6), 1305-1328
- Dijck, J. V. (2013). *The Culture of Connectivity - a critical history of social media*. New York: Oxford University Press.
- Ekström, M. & Larsson, L. (red.) (2010). *Metoder i kommunikationsvetenskap*. (2. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson, P., Gilljam, M., Oscarsson, H., & Wängnerud, L. (2017). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad* (5:e uppl.). Stockholm: Norstedts juridik.
- Faleatua, R (2018). Insta brand me: playing with notions of authenticity. *Continuum*, 32:6, 721-732
- Fay, B. (1996). *Contemporary philosophy of social science: a multicultural approach*. Cambridge, Mass: Blackwell.
- Franklin, C., Nordin, K. (2015). *EN SCROLLANDE GENERATION En kvalitativ studie om unga användares inställning till reklam på Instagram* (Kandidatuppsats). Göteborg:

Institutionen för journalistik, media och kommunikation, Göteborgs Universitet.
Hämtad 2019-02-28 från <https://gupea.ub.gu.se/handle/2077/41841>

Gardner, H. & Davis, K. (2013). *The App Generation - How today's youth navigate identity, intimacy, and imagination in a digital world*. New Haven and London: Yale University Press.

Goffman, E. (1959). *Jaget och maskerna – En studie i vardagslivets dramatik*. Doubleday & Company, Inc.

Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual*. New York: Pantheon Books.

Goffman, E. (1971) *Relations in Public. Microstudies of the Public Order*. London: Allen Lane Penguin Press.

Galvan, I. & Holst, L. (Prins Carl Philips och Prinsessan Sofias Stiftelse). (2017, 8 mars). *Jakten på likes: Instagram och jakten på likes*. [Podcast]. Hämtad 2019-04-05 från <https://podcasts.apple.com/us/podcast/6-Instagram-och-jakten-p%C3%A5-likes/id1200425909?i=1000382358745>

Jenkins, H., Ito, M. & boyd, d. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: a conversation on youth, learning, commerce and politics*. Cambridge: Polity.

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

Nationalencyklopedin 2019, *Sociala medier*
<https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/l%C3%A5ng/sociala-medier> (hämtad 2019-04-09)

Persson, A. (2012). Front- and backstage in social media. *Language, Discourse & Society*, 1(2), 11-31

SOI 2018, *Instagram fortsätter att växa snabbt* <https://2018.svenskarnaochinternet.se/sociala-medier/Instagram-fortsatter-att-vaxa-snabbt/> (hämtad 2019-03-29)

Sveningsson, M (2009). Exploring and negotiating femininity. Young women's creation of style in a Swedish Internet community. *YOUNG*. 17(3): 241–264

Tapscott, D. (1998). *Growing up digital: the rise of the Net generation*. London: McGraw-Hill.

Østbye, H., Knapskog, K., Helland, K. & Larsen L.O. (2004). *Metodbok för medievetenskap*. (1. uppl.) Malmö: Liber ekonomi.

Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguide

Uppvärmningsfrågor: Inledande samtal om studien och fråga hur de mår och hur deras dag har varit så att de känner sig bekväma att göra intervjun.

Tema 1: Användning - flera Instagramkonton

- Hur länge har du haft Instagram?
- Vad använder du/ni Instagram till?
- Hur ofta kollar du Instagram per dag?
- Hur ofta laddar du upp någonting på Instagram?
- Hur många Instagramkonton har du?
- Varför har du/ni två (eller fler) Instagramkonton?
- Hur länge har du haft dubbla/flera konton?

Tema 2: Agerande - självrepresentation

- Vilket konto använder du mest?
- Vad laddar du/ni upp på er privata respektive öppna Instagramkonton?
- Om ni laddar upp bilder på er själva är ni noga med vilka bilder ni laddar upp på de olika kontona?
 - *Är det viktigt att ladda upp snygga/fina bilder?*
- Finns det saker som du inte kan lägga ut på de olika kontona? Vad och varför inte?
- Känner ni att ni är olika personer på era olika konton? Om ja, vilka?

Tema 3: Interaktion

- Vad följer du för konton på dina olika profiler?
 - *Exempelvis kompisar, familj, kändisar, influencers m.fl.*
- Likear du oftast andras bilder? Vilka bilder likear du och från vilket konto?
- Ungefär hur många likes brukar du få på de olika kontona?
 - *Är likesen viktiga?*

Tema 4: Medvetenhet - publiksegregation

- Hur många följare har du på de olika kontona?
- Vem får följa/se vad ni laddar upp på de olika kontona?
- Känner du eller vet du vem alla är som följer dig?
- Får era föräldrar följa era privata konton?
 - *Får någon annan i familjen följa ert privata konto?*
- Står det privat i ert användarnamn? Om ja, varför?
- Vad vill ni få för reaktioner från era följare på de olika kontona?
- Vilka risker tänker ni finns med att lägga upp bilder/videos på Instagram?

Slutfråga: Fråga om det är något mer som har med det här att göra som de tycker borde frågas om, eller om de har något mer att säga om ämnet.

Bilaga 2: Brev till intervjupersoner och föräldrar

Hej!

Mitt namn är Anna Andersson Björk och jag skriver just nu min kandidatuppsats i medie- och kommunikationsvetenskap vid Göteborgs Universitet. Jag har valt att skriva om varför och hur unga användare förhåller sig till användandet att dubbla eller flera Instagramkonton.

Sociala medier är inte bara plattformar som möjliggör för social interaktion mellan människor utan är även platser där vi ges möjligheten att presentera en bild av oss själva för omvärlden. Instagram är en av de vanligaste digitala sociala plattformarna för foto-och videodelning. Instagram är en applikation som idag används till större del av barn och ungdomar, där största gruppen användare finns bland 12-25-åringar.

Bland många unga idag har det blivit allt mer vanligt och en självklarhet att ha dubbla Instagramkonton, ett som är tillgängligt för alla och ett som bara är tillgängligt för de närmsta vännerna. I min studie vill jag undersöka hur unga människor använder Instagram, och hur de resonerar kring vad man publicerar på sina konton.

Jag vill därför gärna intervjua ditt barn. För att kunna genomföra mina intervjuer behöver jag ditt medgivande till att ditt barn får vara med i en intervju (ca 40 min - 1 timme). Vid intervjun kommer jag att ta hänsyn till Vetenskapsrådet forskningsetiska principer. Detta innebär att deltagandet är frivilligt och om ditt barn så skulle vilja så kan han/hon när som avbryta intervjun och därmed sitt deltagande.

Barnets deltagande kommer att behandlas konfidentiellt och resultatet kommer enbart att användas i forskningsändamål.

Om ni har frågor eller funderingar, eller om ni helt enkelt vill ha mer information, kontakta mig eller min handledare!

Med Vänliga Hälsningar,
Anna Andersson Björk
0706748711
gusandanju@student.gu.se

Handledare av uppsats:
Malin Sveningsson
malin.sveningsson@gu.se
Professor i medie-och kommunikationsvetenskap