



Snabbaste sättet att dela ett ögonblick!

**- En kvalitativ studie om ungdomars
Snapchat-användande**

Författare: Mikael Börner & Love Jansson

Institutionen för kommunikation och medier

Lunds universitet, Medie- och kommunikationsvetenskap

MKVK04, HT17 Handledare: Helena Sandberg

Examinator: Tobias Linné

Abstract

Denna uppsats undersöker ungdomars användning av den sociala medieplattformen Snapchat. Syftet med studien är att få närmare förståelse för den kommunikation som sker mellan ungdomar på Snapchat samt vilken roll denna plattform har i deras vardagsliv. Vidare har studien ambitionen att titta på hur detta är en konsekvens av samt speglar dagens samhälle. Med ett empiriskt material införskaffat genom 12 semistrukturerade intervjuer med skolelever i åldrarna 12 och 14 gjordes en kvalitativ undersökning. Studien utgår från ett teoretiskt ramverk med Sigmund Baumans Konsumtionsteori, John Tomlinsons *The culture of speed*, Erving Goffmans identitetsteori och Sherry Turkles teorier kring uppkoppling. Samtliga har vägts in i ett övergripande domesticeringsperspektiv. Resultatet visar på att Snapchat har olika funktioner för ungdomars vardagsliv. Plattformen erbjuder möjligheter att kunna upprätthålla samt skapa nya relationer vilket återspeglar många av de normer kring socialt liv som äger rum i dagens samhälle. I kombination med att material som kommuniceras försvinner och därmed förbrukas, och att appen ständigt uppdateras och förnyas har plattformen en betydande roll för ungdomars kommunikation, då vårt samhälle idag är präglad av förnyelse i form av konsumtion. Identitetsskapande utgör även en viktig del där ens "jag" anses vara mer autentiskt och likt verkligheten samtidigt som användaren besitter en säkerhet av att kunna redigera materialet som kommuniceras.

Nyckelord: Snapchat, ungdomar, domesticering, konsumtion, kommunikation, uppkoppling

Innehållsförteckning

Inledning	3
Syfte	5
Frågeställningar	5
Tidigare forskning	5
Domesticeringsperspektiv	5
Användarstudier på sociala medier	6
Metod	8
Urval & empiriskt material	9
Tillvägagångssätt	9
Metodkritik	10
Teori	11
Det snabba samhället	12
Sociala relationer och identitetsskapande	14
Ritual- och transmissionsperspektiv	15
Analys	16
Objektifiering	16
Appropriation	20
Incorporation	24
Conversion	29
Slutdiskussion	33
Referenslista	36
Rapporter	38
Bilaga:	39

Inledning

Över tid har samlingsplatser för ungdomar och ungdomskultur förändrats från biografier till rockkonserter och särskilda tv-kanaler för att på 2000-talet förflyttats till internets olika sociala medier. Sociala medier har kommit att bli en stor del av vår vardag och betydande för vårt sociala liv. I takt med att internet vuxit till att bli alltmer tillgängligt har olika plattformar utformats för att kommunikation ska kunna ske snabbare. Från e-postmeddelanden på stationära datorer uppkopplade på telefonmodem på 1990-talet till möjligheten att skicka korta filmklipp från sin vardag på Facebook, Instagram, Snapchat med mer (Olsson 2017:10-13). Förutsättningarna för kommunikation har stegvis förändrats i takt med introduktion av ny teknik. Tekniker så som telefon till internets uppkomst följt av sociala medier har förändrat hur vi kommunicerar. Ett exempel på hur kommunikation har förändrats är fotografiets roll. Fotografiets ursprungliga syfte var att dokumentera livshändelser såsom bröllop eller då ett par fått barn. Fotot hade en roll att föra samman och föreviga ett kollektiv av en familj eller släkt. Fotografiets funktion har sedermera kommit att spela en större roll i identitetsskapande och framställningen av jaget, till exempel genom selfies. I takt med teknologins utveckling, såsom kamera i mobilen, har fotografiet också kommit att bli ett sätt att kommunicera. Tidigare har det primära sättet att kommunicera på sociala medier varit textmeddelanden eller genom att ladda upp bilder på till exempel Facebook eller Instagram. Det som skickas genom denna typ av kommunikation lagras och att dela med sig av en bild har därför krävt en noggrannare eftertanke. Däremot har det idag blivit allt mer populärt med visuell och kortvarig kommunikation. Det möjliggör att kunna dela med sig av sina upplevelser genom film och bild i stunden istället för att beskriva dem med ord. Detta i kombination med att kommunikationen är kortvarig utgör en skillnad från traditionella sociala medier då denna kommunikation påminner alltmer om ansikte-mot-ansikte konversationer. Det blir således av vikt att få djupare förståelse för hur detta påverkar sättet vi förhåller oss till varandra och hur vi framställer oss. Nya kommunikationssätt har alltid påverkat oss som individer samt vårt samhälle.

“The Fastest way to share a moment!”. Så lyder Snapchats slogan som beskriver dess huvudsyfte. Snapchat är en social medieplattform i form av en applikation anpassat till smarttelefoner. I appen delar användare bilder, filmer och texter som visas under en bestämd tid upp till tio sekunder för mottagare. Alltså all typ av kommunikation på Snapchat är temporär förutom i de fall där materialet sparas manuellt och då blir sändaren informerad. Främst skickas så kallade “snaps” till

varandra, vilket innebär att användare delar en bild eller video till en eller flera av ens vänner. Det finns också en chat där de kan skriva textmeddelanden till en vän eller i grupp. Det går att ha gruppchatter i alla möjliga konstellationer där medlemmarna valts ut av de i gruppen. Funktionen mystory fungerar som "snaps" fast riktas till flera personer och är tillgängligt att se i 24 timmar, där det också blir möjligt att följa offentliga profiler. Ett av de senaste tillskotten är "snap-kartan" där användare genom en gps-karta kan lokalisera andra användare om de har funktionen aktiverad. Utöver dessa finns en mängd andra funktioner som till exempel musikigenkänning och skvallertidningar.

Dagens ungdomar växer upp i ett samhälle präglad av internet och sociala medier. Enligt Svenskarna och Internets årliga studie är över 90% av den svenska befolkningen internetanvändare (Svenskarna och Internet 2016). Av dessa internetanvändare använder 74% Facebook, 55% skype, 53% Instagram och 33% Snapchat, och är de fyra största sociala plattformarna (Svenskarna och Internet 2017). Detta innefattar alla åldersgruppers användande inom Sverige. Sociala medier har varit ett forskningsämne i fokus de senaste åren. Den klart största målgruppen som använder Snapchat i Sverige har visats vara mellan åldrarna 12 och 15, där hela 91% av internetanvändare använder appen. Populariteten skiljer sig mellan tjejer och killar i denna åldersgrupp, där 99% av tjejer använder det någon gång, och 95% använder det dagligen. Av killar visade 84% använda det någon gång och 67% använda det dagligen (Svenskarna och Internet 2017).

Snapchat har sedan dess uppkomst 2011 utvecklats till att bli centrum för dagens ungdomskultur, samtidigt som den största sociala medieplattformen, Facebook, har en mindre roll mellan åldrarna 12 och 15 (Svenskarna och Internet 2017).

Hur kommer det sig att just Snapchat fått så stort genombrott bland ungdomar? Hur skiljer sig kommunikationen då den är visuell och kortvarig? Vad betyder detta för deras identitetsskapande? Det var funderingar som dessa som gav idén om att titta närmre på hur ungdomars användande av Snapchat ser ut.

Syfte

Syftet med denna uppsats är att genom ett domesticeringsperspektiv vinna kunskap om ungdomars användning av medieplattformen Snapchat. Detta perspektiv utgör fyra processer som undersöker på vilket sätt en ny teknologi ”tämjs” och blir inbäddad i människors vardag. Genom vårt teoretiska ramverk vill vi få förståelse för hur ungdomar tar till sig teknologin samt vilket värde de tillskriver den. Vi vill även få förståelse för vilken roll den har i ungdomars vardag för att sedan undersöka hur de visar sin användning för andra. Genom att studera Snapchat-användare vill vi således få djupare förståelse för ungdomars sociala relationer och hur dessa speglar dagens samhälle.

Frågeställningar

Vilken roll har Snapchat i ungdomars vardagsliv?

Varför är Snapchat så populärt bland ungdomar?

Hur fungerar ungdomars identitetsskapande på Snapchat?

Vad säger Snapchats kommunikation om ungdomars sociala relationer i dagens samhälle?

Tidigare forskning

Domesticeringsperspektiv

Detta perspektiv började växa fram under 1980-talet i antropologiska studier samt i konsumtionsstudier. Dessa studier fokuserade på hur varor tillkommer i vårt liv samt vilken symbolisk innebörd de besitter (Haddon 2011). Det var först på 1990-talet som ramverket för dagens domesticeringsperspektiv började ta form (Haddon 2011). Perspektivet riktade in sig på processer individer genomgår när de introducerar en ny informations- och kommunikationsteknologi (IKT) i deras liv som till exempel TVn. Detta inkluderar frågor såsom införandet av teknologin, vad den betyder för individer och hur de upplever den samt vilken roll den får i deras vardagsliv (Haddon 2011). De tidiga studierna inom domesticeringsperspektivet genomfördes när en teknologi var ny för människor, då de inte hade vuxit upp med den. Detta kom att förändras då en teknologi som TVn inte längre var ny och det blev då en fråga för domesticeringsforskare hur de skulle gå tillväga för att anpassa teorin utefter dessa förutsättningar.

De började sätta teknologin i relation till andra aspekter, såsom hur användandet förändrades över tid eller hur individer tog till sig nya teknologier som följd av TVn, såsom videospelare. Ett annat tillvägagångssätt är att utveckla ett mer specifikt fokus för forskningen. Till exempel att avgränsa forskningsfältet till en social medieplattform istället för att undersöka PC. Däremot är detta något som är begränsat än idag (Haddon 2011).

Användarstudier på sociala medier

För att få en överblick över den användarforskning som bedrivits inom sociala medier gjordes till en början sökningar i sökmotorn Communication Source. Vi använde sökordet: "Social Media" AND Users, och fick 4460 träffar. Detta visar på att sociala medier är ett omfattande forskningsområde. För att hitta den forskning som gjorts och var av relevans för vår studie avgränsade vi sökningarna ytterligare och sökte på begrepp såsom "Ephemeral users" och "Snapchat users" och fick därmed 19 respektive 23 träffar. Därefter valde vi ut relevanta artiklar där användarstudier genomförts inom fältet för kortvarig kommunikation på sociala medier, och valde bort artiklar med andra infallsvinklar som till exempel marknadsföring. Sökmotorena Lubsearch och Google Scholar användes också för att inte missa relevant forskning, då de databaserna är mer omfattande än Communication Source.

En studie har jämfört snapchatanvändare med icke-användare. Resultatet visade då att användare är yngre än icke-användare. De tycker även det är viktigare med social kontakt samt föredrar i högre grad att ha kontakt via online interaktion, än icke-användare (Grieve 2017). En annan studie av Bayer (2015) kom fram till att interaktion genom Snapchat ansågs mer njutbar samt bidragande till ett positivt humör jämfört med Facebook, textmeddelanden och E-mail. Däremot ansågs kommunikation som sker på Snapchat inte alls lika stödjande, på grund av att den främst används med syftet att få snabb kontakt med nära om vardagliga saker. Snapchats kommunikation handlar därför främst om vad som händer i nuet till skillnad från till exempel Facebook där det kan handla om att dela stora ögonblick. En kvalitativ studie har utifrån uses and gratification undersökt vad Snapchat uppfyller för behov hos användare. Genom fokusgruppsintervjuer och djupintervjuer undersöktes ungdomar mellan åldrarna 18 och 23. Studien undersökte hur snapchat påverkar ungdomars interpersonella relationer. En diskussion förs huruvida unga vuxnas relationer kan stärkas av den kortvariga kommunikation som Snapchat erhåller. De kom fram till att användningen av Snapchat stärker vänskapliga, romantiska- och familjerelationer. (Vaterlaus et al

- 2016). I en annan studie genomfördes 22 stycken kvalitativa intervjuer av unga vuxna. Den diskuterar vilka motiv som ligger bakom användning av kortvarig visuell kommunikation. De utgår från att kortvarig kommunikation tillfredsställer behov som inte andra sociala medieplattformar lyckas tillfredsställa. Ett sådant behov var att kortvarig kommunikation erbjuder ett annat sätt att presentera och uttrycka sig som inte går via textbaserad kommunikation. Även möjliggör det att hålla kontakten med familjemedlemmar och vänner som befinner sig geografiskt långt ifrån. Den generella uppfattning att kortvarig kommunikation erbjuder en säkerhet av anledning att allt material försvinner visades inte stämma, då resultatet visade splittrade uppfattningar (Waddell 2016).

Det är dock få studier som använt domesticeringsperspektivet likt denna studie, i samband med sociala medier. När vi sökte på domestication AND "social media" i Lubsearch uppkom endast 24 träffar, där vi fann två stycken relevanta artiklar för vår studie. Watulak och Whitfield (2017) genomförde en studie på Facebook där de undersökte vilka roller denna sociala plattform har för collegestudenters vardagsliv. Studien gjordes utifrån ett domesticeringsperspektiv, där de genomförde kvalitativa intervjuer, fokusgruppsintervjuer och förde dagböcker. De har undersökt vad det är som påverkar studenters användning samt icke-användning av facebook. De har även tittat på ungdomars användning på grund av att den generation som växer upp idag omges av teknologi redan från födseln (Watulak, Whitfield, 2017). En kvantitativ domesticeringsstudie har gjorts där de undersökte hur smartphonen påverkar våra vardagliga rutiner. Deras resultat tyder på att de appar som kräver att andra är involverade än bara en själv har en stor påverkan på ens rutin, speciellt i form av instant messaging och socialt nätverkande (Reuver, Nikou, Bouwman 2016).

I och med det stora användandet är Snapchat således ett viktigt ämne att studera. Användandet av Snapchat blir allt större vilket gör appen till ett allt mer populärt kommunikationsmedel. Piwek och Joinson (2016) skriver att trots att Snapchat idag är en av de största sociala medieplattformerna, framförallt bland unga, är det fortfarande ett understuderat ämne. Som vi uppmärksammat har användarstudier bedrivits på sociala medier, och inom fältet för kortvarig visuell kommunikation. Däremot de studier med liknande inriktning som denna har inte använt sig av en ung målgrupp, utan äldre. Vi finner även att studier som använt sig av domesticeringsperspektiv är få, även för fältet av sociala medier. En kvalitativ domesticeringsstudie av ungdomars Snapchat-användande har tidigare inte gjorts, vilket betraktas

som en bristfällig aspekt i tidigare forskning inom ämnet. Speciellt med tanke på att ungdomar mellan åren 12 och 15 är den största målgruppen blir det av vikt att få djupare förståelse för hur och varför de använder sig av denna typ av kommunikation. Denna studie har därför ambitionen att bidra med kunskap till denna lucka i forskningen.

Metod

För att kunna få en förståelse för hur individer upplever en social medieplattform faller denna studie inom ramen för en hermeneutisk studie. Ur detta perspektiv är det viktiga inte att kartlägga fasta lagar för mänskligt beteende, utan istället att förstå det utifrån den mening hen själv tillskriver beteendet (Kvale & Brinkmann 2014:73, 74). Då vi vill få ökad förståelse för användarnas upplevelser blev kvalitativa intervjuer mest lämpad som metod för insamling av empirisk data (Kvale & Brinkmann 2014:142, 143). Studien präglas av ett perspektivistiskt förhållningssätt. Detta förhållningssätt är något filosofen Brian Fay (1996) diskuterar i sin bok *Contemporary philosophy of social science*. Perspektivism fungerar som en motpol till det traditionella positivistiska förhållningssättet. Då positivismen menar på att vi kan observera en objektiv sanning, hävdar perspektivismen att all typ av kunskap betraktas ur ett perspektiv. Vi kan alltså inte få en spegelbild av verkligheten, utan den kunskap som produceras utgår från ett särskilt synsätt (Fay 1996:2). Fay för resonemang genomgående i sin bok, där han till en början argumenterar utifrån två dikotomier. Till en början ger han argument för det ena synsättet för att sedan föra motargument och påvisa att det bör problematiseras. En sådan dikotomi är holism kontra atomism. Alltså, är vi produkter av samhället och vår kultur, eller är samhället en summering av dess individer? Enligt Fay är det problematiskt att gå för långt åt ena eller andra hållet, utan att de istället bör komplettera varandra och i kombination kan förklara något om vårt identitetsskapande, hur det går till, samt hur skapandet av vår kultur och samhälle samt struktur går till (Fay 1996:68-70). Då det har riktats kritik för den kvalitativa intervjun, där den anses lägga stort fokus på individen och bortser till stor del de sociala aspekterna (Kvale & Brinkmann 2014:349,350) har vi också använt teorier som till exempel Baumanns konsumtionssamhälle som ligger närmare en holistisk utgångspunkt. För att kunna svara på våra frågeställningar kan vi alltså inte vara förhängivna det ena synsättet, utan låta båda synsätten komplettera varandra.

Urval & empiriskt material

Baserat på tidigare forskning där det statistiskt kartlagts att ungdomar är den största användargruppen av Snapchat valde vi att rikta studiens urval till ungdomar mellan åldrarna 12 och 15. Då vi inte lyckades intervjua någon person som var 15 år, består vårt urval av åldrarna 12 och 14. Intervjupersonerna valdes utifrån de vi fick kontakt med. Totalt genomfördes sex intervjuer med 12 personer, då varje intervju genomfördes två och två. Av dessa 12 var det fem killar och sju tjejer. Det transkriberade materialet resulterade i totalt 93 sidor. Hädanefter när vi benämner ungdomar syftar vi på individer i åldrarna 12-14 år.

Tillvägagångssätt

Som med all typ av forskning är det vid intervjuer av vikt att följa etiska riktlinjer. Vi började med att skriva ett samtyckesformulär där vi gav information angående studien. Detta inkluderade syftet med studien, att intervjupersonerna kommer spelas in, att de skulle förbli anonyma samt att de kunde avsluta intervjun när som helst. På grund av att urvalet består av minderåriga, var det också viktigt att införskaffa samtycke från deras målsmän (Kvale & Brinkmann 2014:105-109). Vi utformade en intervjuguide med frågor som hade syftet att generera utvecklade svar. Vi ställde frågor med mycket svängrum såsom "Varför tror du Snapchat har blivit så populärt?" och "Hur ser ert Snapchat-användande ut en vanlig dag?". Detta gav intervjupersonerna lösa tyglar på så sätt att det inte gav ingivelsen att det finns ett "rätt" svar. Vi valde att hålla intervjuer där intervjupersonerna sitter i par. Detta för att underlätta för eventuella diskussioner att äga rum samt att inge en god stämning för talrika samtal. En annan anledning var även att förminska den maktskillnad som kan uppstå i en miljö där någon utsätts för personliga frågor (Eder & Fingerson 2002:182). Vi ansåg att fördelarna med semistrukturella intervju var att diskussioner skulle komma naturligt om det fanns rum i konversationen att utveckla sina tankar. En annan fördel var att vi kunde lära oss mer om ämnet under tiden och på så sätt kunna ställa följdfrågor under intervjuns gång samt även omformulera frågor inför kommande intervjuer, när det framgår vad som är essensen av användandet (Østbye et al. 2004:103).

Först kontaktade vi skolor för att få komma på besök och värva elever till intervjuer, vilket till en början inte gav något resultat. Därefter fick vi kontakt med en fotbollsförening som var villig att fråga sina lag om det fanns intresse att delta i intervjuer om Snapchat. Det var två stycken som var

intresserade vilka vi intervjuade i lagets klubblokal. Genom en kontakt kom vi sedan att hålla intervjuer med två personer på en fritidsgård. Genom fritidsgården fick vi tillgång till en friskola där vi fick tillåtelse att intervjua elever i par under lektionstid under en dag. Där gjordes fyra intervjuer med åtta personer sammanlagt. Intervjuerna gjordes på tre olika platser i Lund. Vid intervjuerna satt en av oss och ställde frågor, samt förde samtalet, och den andre satt vid sidan av och antecknade. Vi byttes av för att hålla i varannan intervju och anteckna varannan. Som Kvale och Brinkmann (2014:230) skriver är det bra att försöka tolka intervjumaterialet redan under intervjuens gång vilket denna metod underlättade. Intervjuerna varade mellan 40 till 60 minuter och intervjupersonerna blev allt mer varma i kläderna under intervjuens gång då de vågade svara mer djupgående på frågorna. Intervjupersonerna fick först svara på frågor om sig själva och sina intressen för att sedan dela med sig om hur de använder sociala medier och sin mobiltelefon och sedan berätta om sitt Snapchatanvändande.

När allt empiriskt material var insamlat transkriberade vi de intervjuer som genomförts. Detta resulterade i över 90 sidor text. Vi närmade oss den empiriska data vi fått fram utifrån vårt teoretiska ramverk. Vi kodade materialet i empirin genom att tillskriva citat några få nyckelord vilket på så vis underlättade bearbetningen av materialet under analysens gång (Kvale & Brinkmann 2014:241). Dessa nyckelord var till exempel "identitetsskapande" eller "konsumtion". Dessa resulterade i att vi fick ut tydligare riktlinjer i intervjupersonernas åsikter och upplevelser då även mönster framkom. Vi kombinerade sedan denna analysmetod med att plocka ut det innehåll som stack ut från generella svar. Detta gjorde att vi fick en bredare bild av hur intervjupersonerna resonerade kring en fråga (Kvale & Brinkmann 2014:241). Vår analys består sedan av subjektiva tolkningar med hjälp av vårt teoretiska ramverk. För att intervjupersonerna ska förbli anonyma har vi bytt ut samtliga namn.

Metodkritik

Då majoriteten av intervjuerna gjordes på en friskola bör dess värdegrunder och pedagogik tas i beaktning. Freinet-skolan bygger på en tradition av praktisk pedagogik där de till skillnad från den klassiska katederundervisningen får prova på olika arbetssätt och lära sig genom praktik. Detta kan ha påverkat intervjumiljön då det flera gånger kom in folk i rummet där intervjun hölls samt att det kom ljud utifrån av folk som spelade musik eller hamrade med verktyg. En aspekt att tänka på är att då dessa intervjuer gjordes i en skolmiljö under skoltid finns en vana hos eleverna att syftet

med frågor är att svara "rätt" på dem (Eder & Fingerson 2002:184). Det finns även en risk med att hålla intervjuer med två intervjupersoner i par då de tenderar hålla med varandra snarare än att ifrågasätta och dela med sig av kontrasterande åsikter.

Då studien bygger på kvalitativa intervjuer kan kritik riktas mot den subjektivitet som kan yttra sig i intervjuarens frågor och tolkning. Intervjuaren kan inte nollställa sin världsbild vilken kommer genomsyra intervjuprocessen. Även i analysen av materialet kan detta ses som kritik mot hur forskaren väljer att ta sig ann materialet. Vi har analyserat materialet med en tidigare uppfattning av hur världen är beskattad. Däremot behöver detta nödvändigtvis inte vara en svaghet då det är forskarens subjektivitet som gör det möjligt att tolka materialet och kunna förstå intervjupersonernas kulturella världsbild (Kvale & Brinkmann 2014:213).

Teori

För att besvara våra frågeställningar och uppnå vårt syfte har vi utgått från samtliga teorier. Den mest övergripande teorin är domesticeringsperspektivet, som använts som ett ramverk för att tydliggöra de olika roller Snapchat har för användare. Silverstone (1994) menar att vi i vårt konsumtionssamhälle kan betrakta varor och tjänster som någonting som kan tämjas till vårt eget. Ofta tillkommer varor med förslag för deras användningssätt. Som andra sociala medieplattformar, är Snapchat utformad på ett sätt som påverkar hur individer använder appen. Något annat som påverkar användningen av Snapchat är inlärd användningssätt som sprids genom vänner och folk i ens omgivning. Alltså kommer varor visserligen färdigpacketerade att användas men användningen sker också med ett kollektivt medvetande. Detta medvetande samspelar med att individen sätter sin egen mening till varan då den blir del av ens vardag. Snapchat får sedan en betydelse som skiljer sig från individ till individ.

Domesticeringsperspektivet utgörs av fyra olika processer: objectification, appropriation, incorporation, och conversion (Bakardjieva 2011:70). Dessa processer kan också överlappa varandra i viss mån. Objectification syftar till hur en ny teknologi introduceras då den tidigare varit frånvarande. I denna process kommer fokus ligga på hur intervjupersonerna tar till sig en ny teknologi. Alltså undersöka vad anledningen var till att de valde att börja använda Snapchat och vad som påverkade det beslutet. Det blir även av vikt undersöka hur de använde den i början, och

om det förändrats över tid. Appropriation är den process varvid undersökningen riktas till hur användare värdesätter teknologins olika aspekter och funktioner. Alltså vad det har kommit att betyda för dem i deras liv, vilket också avgör deras lämpliga användning (Bakardjieva 2011:70). Här hamnar då fokus på vad som gör att just Snapchat är så betydelsefullt för en själv och varför de tror att appen är så populär bland andra ungdomar. Genom att undersöka hur viktig Snapchat är för intervjupersonerna och vilka aspekter av den de anser viktigast får vi en inblick för hur de tillskriver appen värde. Incorporation är en process som handlar om hur individer använder en teknologi. På vilket sätt vi använder den i förhållande till andra saker i vår vardag. Alltså vilka mönster som uppstår av användningen, som kommer att utgöra en form av rutin vilket också kommer att representera ett socialt och kulturellt värde. Här kommer vi således få större inblick i hur Snapchat används och när det inte används i vardagen. Ifall det finns en rutin med användningen av Snapchat, vilket ger en inblick i hur teknologin tämjs till sin egen. Conversion är den process där fokus ligger på hur vi visar för andra att vi använder en teknologi. Det kan innefatta både för personer som använder och inte använder samma teknologi. Genom att undersöka hur snapchatanvändande visas för andra kan vi förstå hur dess mening sprids, samt hur teknologin delas mellan individer, vad för typ av material som kommuniceras och därmed också få en inblick i deras identitetsskapande på Snapchat (Bakardjieva 2011: 70, 71).

Det snabba samhället

Nedan kommer vi att presentera vad som utgör vårt konsumtionssamhälle samt hur vår kultur eftersträvar snabbhet. Vi vill ge ökad förståelse för hur Snapchat blir ett uttryck för och en del av ett snabbt samhälle och därmed placera plattformen i en större kontext.

I sin bok *Consuming Life* skriver Bauman om hur vi idag lever i ett konsumtionssamhälle där vi är våra egna produkter (Bauman 2007: 6). För flera tusen år sedan skedde en konsumtionsrevolution, vilket visade sig bli en central brytpunkt för konsumtionssamhället. Det skedde ett skifte från konsumtion till konsumism. Alltså konsumtion blev en så central del i majoriteten av människors liv till den graden att vårt syfte med livet, vår vilja att ha något, att sträva efter och vår förmåga att uppleva sådana känslor om och om igen faktiskt upprätthåller ekonomin av mänsklig samhörighet (Bauman 2007: 26). Konsumism kan med andra ord ses som ett resultat av en social överenskommelse att återvinna banala och permanenta mänskliga begär, behov och strävan från en primär kraft av samhället, en kraft som styr reproduktion, social integrering och social

tillfredsställelse, samt att det spelar en stor roll i processen för individens samt gruppens identitetsskapande (Bauman 2007: 28). I kontrast till produktionssamhället, då försiktighet, det hållbara och en långvarig säkerhet var prioriterat, råder det andra förutsättningar i dagens konsumtionssamhälle. Idag hamnar istället fokus på vår tillgång till omedelbar njutning. Alltså konsumism associeras inte till lika stor del med tillfredsställelsen av behov, utan att det sker en ständigt ökande volym och intensitet av behov som således genererar ökad användning samt ersättning av de varor som var avsedda för att tillfredsställa. Nya behov kräver nya varor och nya varor kräver nya behov (Bauman 2007: 30, 31). En konsuments vardag handlar i slutändan främst om individuella prestationer. Genom att konsumera investerar vi i vårt egna sociala medlemskap. Alltså blir konsumtion även en investering för att påverka ens sociala värde och sitt självförtroende. Snapchat betraktas som ett uttryck för konsumtion då vi inte bara konsumerar varor utan även medier genom att aktivt skicka textmeddelanden, bilder och videor till varandra. Det faktum att meddelanden försvinner samt att det erbjuds nytt material hela tiden bidrar till att Snapchat ger fler valmöjligheter för konsumtion. En bild eller film är aktuell i högst tio sekunder, (eller ett dygn om den publiceras på mystory) och försvinner sedan för att bytas ut av en ny bild eller film. Denna konstanta förnyelse ses som ett slags konsumtion av kommunikation.

Tomlinson (2007) problematiserar den kulturella uppfattning av hastighet som råder i västvärlden, där fenomenet fart genomsyrar det sätt på vilket vi betraktar samhällets utveckling. Vår syn på fart menar Tomlinson delvis grundas i taylorismen och effektiviseringen av fabriksproduktion som under industrialiseringen var av vikt för kapitalistisk tillväxt. Vidare talar han om immediacy (vidare benämnt omedelbarhet) som får en allt större roll i dagens digitaliserade värld där Tomlinson problematiserar de eventuella konflikter som kan ske mellan naturlig hastighet (till exempel att en vara måste transporteras för att nå en konsument) och den av samhället önskade (Till exempel att en vara ska nå konsumenten i samma stund som den beställs). Omedelbarhet har två betydelser i Tomlinsons mening varvid han syftar på att någonting är nära till hands utan mellanhand, samt att någonting är nära i tid och kan nås direkt utan fördröjning (Tomlinson 2007:75). Tomlinson menar att det är kulturellt betingat att betrakta hastighet som positiv och att det även finns en koppling mellan hastighet och ungdom. Tomlinson beskriver hur hastighet kopplats till ungdomens rebelliska karaktärsdrag, otålighet, farosökande naivitet och menar att den hänger ihop med status genom populärkulturella fenomen som skådespelaren James Dean. Genom sitt personliga mantra "live fast, die young" i kombination med hans ikoniska död i en sportbil,

kom James Dean att symbolisera ungdom. Ett mer samtida exempel är sångerskan Amy Winehouse som dog vid 27 års ålder efter en intensiv livsstil. Genom populärkulturella fenomen som dessa har ungdom och fart kommit att bli sammanlänkade i västvärlden. Med denna teori förstår vi en viktig aspekt av Snapchat, vilket möjliggör att dela med sig av våra upplevelser i samma stund som vi upplever dem, oavsett var vi befinner oss. Snapchat erbjuder ett snabbt sätt att konsumera ett stort utbud av material, vilket eftersträvas i det snabba samhället.

Sociala relationer och identitetsskapande

Inledningsvis ämnar detta avsnitt att öka förståelsen för de sätt uppkoppling har kommit att förändra sociala relationer. Vilka normer som råder idag samt vilka krav som ställs av varandra och hur detta synliggörs via Snapchat. Vidare presenteras hur identitetsskapande går till, i synnerhet i förhållande till uppkoppling.

Sherry Turkle är kritisk till vår tendens att vara ouppmärksamma av varandra som konsekvens av vår ständiga uppkoppling. Hon för resonemang vad vår nutida ständiga uppkoppling riskerar få för konsekvenser. Vi är alltid kontaktbara och detta sker på en bekostnad av att det råder en risk att vi till större del ser varandra som objekt, där vi endast tar del av det vi finner användbart, tröstande och roande. Det leder till att vi blir mer förberedda på relationer som ger mindre, är mindre krävande och har mindre förpliktelse (Turkle 2011: 154, 155). Turkle (2015:4) skriver att vi också tenderar att använda telefonen när vi är uttråkade. Detta behov har uppstått genom en vana för konstant kontakt, information och underhållning. Vi strävar efter att vara med varandra samtidigt som vi befinner oss någon annanstans. Det vi värderar högst är att ha kontroll över vad vi vill uppmärksamma (Turkle 2015:19). Utifrån Turkles resonemang ses Snapchats popularitet som en konsekvens av behovet av att alltid vara uppkopplade. Det eftersträvas att alltid vara uppkopplad och kontaktbar och när vi inte är det tenderar vi att bli uttråkade. Detta är något Snapchat bidrar till att tillgodose då vi snabbt kan kontakta och kontaktas av varandra. Vi besitter även kontroll över vad och vem vi till ta del av på Snapchat, då det finns möjlighet att välja ifall ett meddelande öppnas eller inte.

Under livets gång, upphör aldrig vårt experimenterande med vår identitet, utan vi får nya verktyg för att göra det (Turkle 2011: 158). Genom att alltid kommunicera via nätet presenterar vi oss på

det sätt vi vill vara. Det sker alltid ett "uppträdande" men på nätet blir det allt mer möjligt att utarbeta, redigera och förbättra (Turkle 2015: 3,4). Turkle menar att vi känner oss besitta större kontroll över vår tid och självrepresentation genom kommunikation via nätet. Att skriva textmeddelanden möjliggör att kontrollera i hur stor mängd vi vill ta del av varandra, samtidigt som vi kan presentera oss på det sätt vi vill vara (Turkle 2015:21). Goffman talar om vardagen som en scen där dramatik utspelar sig likt den i en teater. För att kunna bemöta en person på bästa sätt använder vi ledtrådar utifrån tidigare erfarenheter av andra personer med liknande drag och det skapas en förutbestämd uppfattning av en person (Goffman 1998:11). Goffman talar vidare om människors fasad som syftar på deras yttre framställning av sig själva som kan handla om ett sätt att tala eller sättet de inreder sitt hem. Genom termer som "framträdande" och "scen" dras parallellen mellan vardagen och ett skådespeleri. Han talar om främre regionen och bakre regionen och åsyftar skillnaden på att vara ensam och framför andra så kallade åskådare. Bakre regionen syftar till det vi uppehåller oss med i det privata rummet och den främre regionen till vårt agerande i det offentliga rummet (Goffman, 1998: 97-102). När vi intagit en roll och spelat den tillräckligt länge kommer denna tillslut bli en del av ens personlighet (Goffman 1998:27). Snapchat har erbjudit nya verktyg för att kunna experimentera med vår identitet. På grund av att allt försvinner möjliggör det en att uppdatera sig själv hela tiden genom att producera nytt material. Alltså kommer gammalt producerat material inte vara synligt och påverka ens identitet vilket gör den flytande och mindre statisk. Samtidigt som materialet kan redigeras möjliggör det att visa upp oss på ett sätt som vi vill framstå.

Ritual- och transmissionsperspektiv

Slutligen har vi valt att använda oss av James Careys perspektiv av kommunikation, då det blir intressant att förstå vilken typ av kommunikation som sker på Snapchat och varför. James Carey talar om två synsätt på kommunikation. Transmissionsperspektivet handlar om att föra över ett budskap effektivt. Ett budskap med information förs över från en sändare till en mottagare och kommunikationens syfte är att göra detta med så snabb hastighet som möjligt (Carey 2009:16). Genom ett transmissionsperspektiv ses snapchat som en kommunikationsplattform som ger en möjlighet att snabbt föra över information som till exempel var någon befinner sig.

Ur det andra perspektivet ses kommunikation som en ritual där vi delar med oss och håller kontakt med vår omgivning genom att kommunicera. Carey menar att ritualperspektivet inte är riktat till

ett budskaps förlängning i rum, som transmissionsperspektivet, utan snarare en upprätthållning av samhällets gemenskap i tid. Fokus läggs då inte på ett budskaps transport från sändare till mottagare, utan på representationen av delade trosföreställningar (Carey 2009:15). Genom ett ritualperspektiv är Snapchat ett sätt att upprätthålla en gemenskap med gruppen, där ny kunskap inte nödvändigtvis absorberas men där vi närvarar i en massa som ger en symbolisk innebörd av aktiv delaktighet (Carey 2009:16).

Analys

Vi har valt att dela upp analysen i fyra delar utefter processerna i domesticeringsperspektivet, vilket används som ett bredare ramverk för att kunna strukturera vårt empiriska material. Relevanta delar av det empiriska materialet kommer presenteras för att sedan förstås utifrån vårt teoretiska ramverk. I varje process använder vi tidigare nämnda teorier för att förstå hur dessa processer går till och varför.

Objektifiering

Objektifiering är den första process vi kommer analysera. Fokus för denna analys kommer i detta avsnitt ligga på hur och varför intervjupersonerna kom att börja använda Snapchat samt hur deras användning såg ut till en början. Då den innefattar hur individer introducerar en ny teknologi till deras liv föll det naturligt att börja med denna process.

“Grupptruck. Alla bara ‘ah skaffa Snapchat, skaffa Snapchat..’ [...] så var jag ju tvungen”. (Per, 14 år)

En avgörande faktor som uppgavs för att intervjupersonerna börjat använda Snapchat var att vänner hade det eller tipsat om det. Omgivningen påverkade en därmed till att sätta igång. Detta förstås utifrån Banduras (1977) teori om social inlärning där individer tenderar att titta på varandra för att lära sig saker. Detta beror på att vi människor undviker att behöva vinna nya färdigheter genom erfarenhet av att misslyckas (Bandura 1977). Alltså, innan intervjupersonerna använde Snapchat, påverkades de av individer i deras närhet som agerade förebilder för detta beteende. Samtliga intervjupersoner använde sig tidigare av andra kommunikationsmedel såsom Messenger

och Kik, som båda huvudsakligen utgör en textbaserad form av kommunikation. Båda dessa sociala medieplattformar slutade snabbt användas i takt med att Snapchat började användas. Snapchat erbjöd nya funktioner och nya sätt att kommunicera som andra medier inte kunde mäta sig med.

“Jag vet inte riktigt det var bara det att Snapchat kom och tog över typ. Det var roligare och sen så raderade typ alla Kik efter hand och var inaktiva och så” (-Pontus, 13 år)

“Jag vet faktiskt inte varför, jag antar att Snapchat bara är allmänt bättre att använda med alla nya funktioner och jag antar det var inget nytt som hände på Kik riktigt” (-Niklas, 14 år)

Intervjupersonerna berättade att de till en början använde Snapchat då det var kul att använda nya funktioner samt uppnå olika bedrifter som plattformen har inprogrammerat. Några exempel på dessa bedrifter är att de erhåller såkallade “dagar”. Detta uppnås av att skicka snaps till någon flera dagar i sträck. Risken finns att förlora dessa dagar, vilket händer då en användare inte skickar eller får svar på sin snap inom 24 timmar. Det är även möjligt att införskaffa såkallade “trophies”, som låses upp efterhand användare klarar olika utmaningar. De teknologiska aspekterna tog upp en stor del av användandet i början. Dessa funktioner och bedrifter visade sig vara en viktig aspekt. *“Man höll på ganska mycket (tidigare) och ville få sina trophies och saker. Det kanske var någon (trophy) där man skulle skicka 5000 bilder med något sånt typ svartvitt filter, sen bara satt man och spenderade tid på att skicka hela tiden.”* (-Eric, 13 år)

“Jag minns att min syster hade det (Snapchat), sen så visade hon mig de här alltså ritade och massa sånt och det tyckte tioåriga jag var väldigt intressant. Sen så öppnades det ju en helt annan värld [...] jag fick mer kontakter och såhär och det blev större på något sätt.” (-Cecilia, 13 år)

“Ibland är det verkligen bara typ en suddig bild på ett bord och så skickar man den och man vet inte varför, bara för att hålla dagar, få snapchatpoäng och sånt.” (-Maria, 13 år)

Intervjupersonerna blev introducerade till underhållande funktioner som särskiljer Snapchat från andra sociala medier. Dessa är utformade på ett sätt som väcker barns intresse, där appen fungerar mer som ett spel. Detta förstår vi utifrån begreppet gamification som en strategi från Snapchat för att engagera användare på plattformen. När användaren får utmaningar samt blir belönad av att uppnå dessa kommer hen att bli hängiven att fortsätta på grund av ett basalt belöningsystem. Därmed leder det till ett ökat engagemang, njutning och lojalitet av användaren (Matallaoui, Hanner & Zarnekow 2017). Att användare dessutom har en begränsad tid på sig att skicka för att behålla sina "dagar" bidrar ytterligare till krav på användning. Ju mer de använder plattformen, ju fler "pris" kan användarna få. Dessa har ingen saklig innebörd utöver att det ger ett slags symboliskt värde. Pierre Bourdieu pratar om symboliskt kapital som en tillgång som etableras bland sociala grupper. Symboliskt kapital blir endast värdefullt då det symboliska värdet blir erkänt av gruppen. Symboliskt kapital är specifikt inom ett fält. Ett fält kan ses som en arena varvid en hierarkisk struktur råder, där en maktkamp sker mellan individer som försöker höja sin status. Individer strider om gemensamma mål inom fältet och olika former av kapital förhöjer ens status, till exempel genom att besitta ett högt symboliskt kapital (Bourdieu 1997:10-11). Alltså genom att samla "dagar" och "trophies" införskaffas poäng som har ett symboliskt värde inom fältet Snapchat, vilket ger intervjupersonerna möjlighet att klättra i dess hierarki och höja sin sociala status. Användarna blir mer engagerade och lojala på grund av att dessa "trophies" och "dagar" har erkänts ett symboliskt värde. Snapchat övergår sedan alltmer från lek och små utmaningar till en viktigare social aspekt i deras vardagsliv. Som Cecilia sade öppnas en helt ny värld, då socialt liv blir allt viktigare och plattformen upplevs större. Utmaningarna lever kvar men det finns senare ett större socialt syfte med användandet. Appen börjar över tid spela en större roll som portal till deras sociala kontaktnät.

En anledning till varför denna kommunikationsform har börjat användas är på grund av vår vana av konstant tillgång till social kontakt (Turkle 2015: 3, 4). Detta i sin tur leder således också till att våra relationer riskerar att bli ytligare samt besitta mindre förpliktelse till varandra, då vi kan kontrollera det vi vill ta del av varandra (Turkle 2011: 154). I samband med det konsumtionssamhälle vi lever i idag där förnyelse eftersträvas, konnoteras ofta äldre saker med föråldrat och omodernt. Vi strävar istället efter en omedelbar njutning (Bauman 2007: 21, 30). Bauman förklarar att vi som konsumenter i dagens samhälle strävar efter en tillfredsställelse genom konsumtion, men bara till viss grad. Löftet om tillfredsställelse är endast lockande så länge begäret

fortsätter vara otillfredsställt (Bauman 2007:46). Det blir tydligt att det har uppstått nya behov genom framväxten av sociala medier, där Snapchat möjliggjort nya tillvägagångssätt för att vara i ständig kontakt.

”Egentligen vore det roligare om man inte hade några dagar utan bara hade typ såhär fem personer som man skickar viktiga saker till, när du väl gör något viktigt.” (-Pontus, 13 år)

Innehållet av kommunikationen på Snapchat tillskrivs mindre vikt då det snarare är viktigt att kommunicera i stora mängder. Alltså betraktas snaps som varor för konsumtion. Då upprätthållning av sociala relationer har genomgått en förändring i takt med att vi alltid är uppkopplade. Det blir tydligt att Snapchat lyckats erbjuda nya funktioner samt krav där användarna kan införskaffa en omedelbar, om än kortvarig, njutning i form av den lättfattliga kommunikation som råder. Alltså samtidigt som Kik inte lyckades uppdatera nya funktioner, introducerades intervjupersonerna för Snapchat som erbjöd fler sätt att kommunicera, använda och nya sätt att konsumera på. Det blir en viktig del att kunna förnya och möjliggöra nya aspekter på en social plattform så att användarna kan fortsätta uppnå en temporär tillfredsställelse. Det går heller inte att fullfölja alla utmaningar som plattformen innehar, till exempel finns inte ett max antal dagar att uppnå, därmed går det inte att nå den fullständiga tillfredsställelse av att klara utmaningen som råder. Däremot uppstår en temporär tillfredsställelse av att införskaffa sig fler dagar. En känsla av krav infinner sig sedan hos intervjupersonerna. Eric berättade hur han tyckte det gick så långt att han kände sig beroende.

“Innan hade jag ganska mycket dagar men sen känner man sig som beroende. Då tänkte jag, då är det likabra att bara tappa dem för det är ingen mening” (-Erik, 13 år)

Under processen objektification har vi fått djupare förståelse för hur plattformen introducerats för intervjupersonerna och vilken riktning användandet senare tagit. I början utgjordes användningen till stor del av att ta sig an de utmaningar som appen erhåller. Utmaningarna satte en standard för användningsnormer samt förstärkte användares behov av att besitta ständig kontakt. Intervjupersonerna uppgav att utmaningarna inte är lika viktiga som de var i början. Utmaningarna sätter dock en standard för hur mycket snaps de bör skicka då det fortfarande råder konsensus att upprätthålla en konstant kontakt.

Appropriation

Inom denna process ligger fokus på aktiviteterna som gör att användare tillskriver Snapchat värde, som därmed också påverkar dess lämpliga plats och användning. För att förstå användningen av Snapchat kommer vi fokusera på att få förståelse för vilka aspekter av plattformen som värdesätts, då det finns ett stort utbud av användningsområden.

Appen erbjuder hela tiden något nytt då det kontinuerligt kommer nya funktioner som till exempel snap-karta, musikigenkänning och gruppchatter. Inuti appen förändras hela tiden innehållet från nya filter (grafik som ligger på kameran), nyheter i skvallertidningar, till uppdateringar av vänner på mystory och nya meddelanden i chatten.

“Alltså, det kommer ju såhär nya filter varje dag. [...] det kommer kanske två, fyra och så resten är liksom från gårdagen.” (-Cecilia , 13 år)

“Alltså appen uppdateras ju och jag följer uppdateringar och kommer det nya grejer så börjar jag använda de också” (-Isabelle, 14 år)

Det finns en kontinuerlig uppdatering som gör att appen alltid innehåller nytt material. För att förstå lockelsen av att fortsätta använda appen förklarar Baumans teori upplevelsen av att ständigt söka efter något nytt. Alltså eftersträvas förnyelse av tillvaron. Bauman beskriver att vi i magasin kan se språk som är index på detta synsätt genom rubriker som: “Perfekt för denna månaden”, eller “kläder för hösten” där magasin likställer tidigare säsong som totalt utdaterad. På samma sätt ser vi i Cecilias kommentar att det finns en syn på nu och då, och nytt och gammalt, då hon använder ordet “gårdagen”. Det tolkas som en lockelse och en nyfikenhet i att se vad som är nytt för idag (Bauman 2007:97). Intervjupersonen tillskriver alltså dessa uppdateringar ett värde då förnyelse eftersträvas.

För att få en inblick för hur individer värdesätter en teknologi är det också av relevans att undersöka icke-användning av Snapchat (Haddon 2011). Det är då av vikt att undersöka den syn som råder på användare kontra icke-användare.

“Han kommer nog skaffa det snart, han kommer nog inse att.. det är lättare.” (-Jesper, 14 år)

Att inte använda Snapchat ses som ett aktivt val emot den självklart enklare vardagen, och en person som inte har det ses som en som inte har insett att det är det bästa för denne. Här visas att ett värde tillskrivs appen av anledning att intervjupersonen känner en gemenskap på plattformen där ett avståndstagande kan utmynna i utanförskap. För intervjupersonerna har det blivit en social norm att kommunicera via Snapchat. Van Dijck (2013:65) talar om hur sociala normer har förändrats som konsekvens av sociala medier, framförallt Facebook, där ett kontinuerligt nätverksbyggande blivit normaliserat och mer eftersträvat. Alltså utan Snapchat råder det större svårigheter att inte kunna utöka sitt nätverk av kontakter. I intervjuerna visades det också att Snapchat bidrar till samtalsämnen för när personer träffas ansikte mot ansikte. Det visades även att det görs planer på appen för när personer ska träffas i gruppssammanhang. Även utanför plattformen uppstår alltså en gemenskap, och därmed också risk för utanförskap för de som inte använder plattformen.

“Det skulle vara lite jobbigt för det är ofta så att det händer grejer och att folk skapar gruppchatter och om man inte får vara med där då känner man sig utanför, men om ingen hade det skulle det vara en annan sak” (-Sofie, 13 år)

“Men det är väl för att sprida att den här personen fyller år idag för vissa vet ju inte det, och då kan vissa skriva grattis.” (-Maria, 13 år)

En viktig del av identitetsskapande är att känna att det råder en gemenskap, att det bildas en gruppidentitet. För att en gruppidentitet ska uppstå krävs det att vi har något gemensamt med någon annan, och det är tillräckligt med endast en gemensam faktor för att det ska uppstå (Meyrowitz, 1985: 54, 55). Genom Careys ritualperspektiv får vi förståelse för Snapchat som en plattform för gemenskap som tar sig uttryck i olika planer av sammankomster. Födelsedagar och andra typer av gruppträffar planeras vilket ger användandet av Snapchat innebörden av att ta del av en massa (Carey 2007). Genom dessa ritualer uppstår gemenskap samt en identifiering med gruppen, vilket inte blir möjligt utan att vara delaktig på Snapchat. Genom engagemang väcks känslor av trygghet som blir gemensamt för de användare som tar del av innehållet. Å andra sidan förstår vi genom

Careys transmissionsperspektiv känslan av utanförskap på ett annat sätt om intervjupersonerna inte skulle ha tillgång till Snapchat. Fokus hamnar då istället på informationen som kommuniceras ut i form av meddelanden från sändare till mottagare, och inte på gemenskapen som uppstår på själva plattformen. Risk för utanförskap handlar då istället om att inte kunna ta del av informationen som förmedlas. Om de inte hade Snapchat skulle de inte kunna ta del av denna information och riskerar på så sätt att missa sammankomster som till exempel födelsedagar.

Något annat som också värdesätts med Snapchat är dess ansedda effektivitet. Intervjupersonerna upplever att det är mycket som händer på Snapchat. Appen upplevs som rörlig och snabb. Hastighet associeras till någonting positivt. Detta kan förklaras av att ungdomar i vår kultur tillskrivs egenskaper som rastlöshet och otålighet och att det därför finns en förväntan att kommunikation ska ske snabbt (Tomlinson 2007:53). Cecilia svarar på frågan om hon är noga med vad hon skickar på Snapchat:

“Jag tror ibland eftersom det är en snabb app liksom, så visst kommer det också ut grejer på den för att så snabbt man bara tänker, så snabbt skriver man liksom”. (-Cecilia, 13 år)

Hon pratar om Snapchat som en “snabb app”, utan att fundera över vad denna uppfattning kommer ifrån. Det finns ingenting fysiskt som rör sig från en punkt till en annan. Om vi utgår från att hon syftar på att en text eller bild transporteras från sändare till mottagare finns det flertalet sociala medieplattformar där det går precis lika snabbt (oftast beroende på internets hastighet). Om vi utgår från att det är snabbheten i tillgängligheten att ta ett foto eller filma finns det möjlighet att komma åt sin vanliga mobilkamera under samma tid det tar att öppna kameran i Snapchat. Om vi tänker att hon syftar på snabbheten i att dela med sig av ett meddelande till många kontakter finns återigen fler sociala medieplattformar att använda sig av. Enligt Tomlinson (2007) är upplevelsen av hastighet i högsta grad kulturellt betingad, då det finns en känsla och en uppfattning av att saker rör sig framåt utan att någonting egentligen gör det. Fler exempel på snabbhet när intervjupersonerna fick frågan vad Snapchat har förändrat för en:

“Alltså istället för att ringa eller smsa så går det mycket snabbare, det är bara att klicka in och skicka direkt [...] eller den funktionen när man filmar, eller att ett foto bara visas ett tag för då kanske man bara visar vad man gör kanske till någon så istället för att den ska vara kvar så

försvinner den”. (-Pontus 13 år)

“Ja jag tycker att det nästan är snabbare med bilder man bara går till den personen, dubbelklickar och sen gör jag så att jag är lite lat och orkar inte skriva så om det är något jag vill säga tar jag ofta en video” (-Isabelle, 14 år)

Intervjupersonerna syftar här på en snabbhet i att kunna visa vad de gör eller var de befinner sig, då de inte behöver beskriva med text i detalj situationen de befinner sig i utan kan visa för folk vad de gör genom att filma eller fota miljön omkring sig. De kan också prata i en video för att effektivisera kommunikation, om situationen tillåter. Genom Careys transmissionsperspektiv förstås vikten av att föra över ett budskap med information så effektivt som möjligt (Carey 2009: 12). Tomlinson talar om omedelbarhet där avsaknandet av ett mellansteg är en väsentlig innebörd av begreppet (Tomlinson 2007). Det faktum att det råder en social acceptans av mediets kommunikationsform att skicka snaps mellan varandra utan vidare eftertanke bidrar till känslan av fart och därmed omedelbarhet. Alltså slipper intervjupersonerna mellansteget av att begrunda meddelanden noga innan de skickar dem och upplever då en snabbhet. Samtidigt är innehållet omedelbart förgängligt vilket innebär att skulle något “gå fel” är misstaget snart raderat.

”det är väl nog att det går så snabbt att nå folk, istället för att ringa, det går på ett klick.”

(Pontus, 13 år)

Pontus beskriver här en tro på att individer värdesätter snabbheten att kommunicera var de befinner sig och om de är tillgängliga att umgås med sina vänner. Utan att resonera om varför, finns en uppfattning om att fart är eftersträvat. Genom Tomlinsons teori betraktas uttrycket “det går på ett klick” som etablerat i vår kulturs utveckling och de sätt på vilka fart kommer till uttryck. Det bygger på trosföreställningen av att ju snabbare desto bättre (Tomlinson 2007). Användandet av ordet “klick” pekar på omedelbarhet som genomsyrar den tid vi befinner oss i, där uppkoppling ger oss möjlighet att konsumera genom ett klick på nätet. Vi har möjlighet att googla saker som vi vill få mer kunskap om snabbt. Vi kan på så sätt nå kunskap snabbt genom att klicka oss fram till den (Tomlinson 2007:72). Vi förväntar oss snabba leveranser av varor vi önskar, genom en så liten

ansträngning som möjligt då allt som krävs är ett "klick". Alltså värdesätts en upplevd hastighet som är snabbare än till exempel ett telefonsamtal.

Vi ser att plattformen värdesätts av flera anledningar. Gemenskap till gruppen är en viktig faktor och det finns hos intervjupersonerna en rädsla för utanförskap vid icke-användning av Snapchat samt att det anses vara det "lättaste" sättet för kommunikation. Vidare finns en upplevd snabbhet och effektivitet som intervjupersonerna värderar högt för en social medieplattform.

Incorporation

I detta avsnitt kommer vi analysera intervjupersonernas vardagsrutiner för förstå vilken roll Snapchat utgör i deras vardagsliv. Fokus ligger här i att förstå hur plattformen påverkar individens vardagsrutiner. Det är även av intresse att undersöka när och varför plattformen inte används och är frånvarande. Vi kommer således få större inblick i hur Snapchat blir integrerad i deras vardag. *"Jag tror det är det första man går in på, på morgonen så går man direkt in på Snapchat, jag vet inte, det känns som att det är en vana såhär.."* (-Cecilia, 13 år)

"Jag har rutiner. Det första jag gör på morgonen är att jag går in på Snapchat [..]Sen så tittar jag på stories och sen tittar jag på det jag har fått, men jag svarar aldrig på det." (-Erica, 12 år)

Det finns alltså morgonrutiner där Snapchat har en viktig roll. Det första de gör när de vaknar är att söka kontakt med sin omgivning och Snapchat erbjuder en möjlighet att komma nära. Det blir möjligt att ta del av andras upplevelser utan att vara närvarande genom en morgonrutin och därmed hålla sig uppdaterad. Det eftersträvas att ta del av nytt material vilket har kommit att bli del av en rutin.

"Jag har till exempel dagar med någon som har typ 320 dagar. Så det är som varje dag man har skickat en snap typ" (- Pontus, 13 år)

“Två till tre timmar om dagen som jag använder Snapchat och det är liksom morgonen är det ju såhär dagar man skickar sen är det ju inte så mycket mer du skickar.” (- Jesper, 14 år)

Snapchat kräver att det används varje dag då användarna annars riskerar att förlora sin streak och därmed sina poäng. Vi får återigen förståelse för behovet av kontakt då det råder normer för hur ofta, i synnerhet ungdomar, ska kontakta varandra för att upprätthålla sitt sociala kontaktnät (Van Dijk 2013:65). Funktionen “dagar” kräver att det finns en rutin för att den ska fungera. Sofie svarar på frågan vad hon skickar för att införskaffa dagar “*gärna en svart bild*”. I vissa fall finns inget intresse i att skicka dagar utan det är snarare viktigt att skicka snaps där de skriver godmorgon:

“Det är ju lite konstigt när man vaknar på morgonen tar upp sin mobil för att skriva godmorgon till nån på ett sätt. På ett sätt är det ju fint för man får jättemånga godmorgontexter [...] Ibland blir det ju som ett måste att man vaknar och man bara ah nu måste jag ta upp min mobil och skicka godmorgon till folk.” (-Maria, 13 år)

“Godmorgon, godkväll, godnatt det är det enda [...] nej, det känns inte alls viktigt, det är bara det [...] jaa artigt”. (Emma, 14 år)

Snapchats roll på morgonen är därför att ge en portal för att upprätthålla kontakten med så många som möjligt. Intervjupersonen investerar på detta sätt tid och energi i att upprätthålla sociala relationer. Ofta skickas en svart bild för att få en streak med “dagar”, eller skriver “godmorgon”. Det visades inte finnas några speciella krav för vem intervjupersonerna skickar “dagar” eller “godmorgon” till, utan gör det med nära vänner såväl som till mindre bekanta. Oavsett ger detta en daglig rutin med användandet av Snapchat. Det finns en känsla av krav utifrån som gör att intervjupersonerna måste upprätthålla dessa rutiner. Detta beteende kan förklaras med begreppet “the moral space”. Det uppstår en norm för användning av en teknologi i takt med hur gruppens användning ser ut. Som konsekvens kan användaren få svårt att kontrollera sin användning där den också accepterar detta (Watulak & Whitfield 2017). Då dessa meddelanden inte innehåller någon konkret information kan vi fråga oss: vad är det som gör att dessa meddelanden är så viktiga och hur har denna norm uppstått? Genom Careys ritualperspektiv förstår vi fenomenet av att skicka en

svart bild utan text som vikten av *att* skicka snarare än *vad* intervjupersonerna skickar. Dessa rutiner ses som ritualer som utövas med syftet att delta i en gemenskap (Carey 2009).

Intervjupersonerna skickar “dagar” i form av en svart bild till sitt sociala nätverk eller skriver “godmorgon” för att upprätthålla kontakt med sin omvärld. Vad gäller information säger denna typ av meddelande ingenting, för vad är mer intetsägande än en svart bild? Den svarta bilden blir en representation av en hälsning likt de vardagliga hälsningsfraser vi gör med folk vi känner då vi ses. Att bryta ritualen vore att bryta en gemenskap och inte längre vara del av gemenskapen i gruppen (Carey 2009). Detta kan ses som ett avståndstagande med moraliska konsekvenser.

“Jag har nästan lust att ta bort dem och rensa min Snapchat av dem som skickar dagar för att vi snackar inte något utanför det. Det är mer bara status. Liksom jag har dagar med jättemånga, över typ 100 dagar med många, men det är inte så att jag bryr mig eller någonting.” (-Emma, 14 år)

“Är det så att får man nån hög typ 700 dagar då är det lite att man visar det” (-Isabelle, 14 år)

I det stora hela kan dessa rutiner utmynna i att intervjupersonerna besitter mycket kontakter. Att kunna visa upp att de har många “dagar” med någon visar på att de har upprätthållit dagliga rutiner med en eller flera individer under en lång tid. Ju fler dagar intervjupersonerna besitter och med ju fler individer desto större socialt kapital har dem på Snapchat, vilket visar på att de är del av en gemenskap. Ett socialt kapital innefattar ens sociala nätverk av människor (Bourdieu 1997:10). Alltså kan en användare genom Snapchats funktion “dagar” visa för andra att denne besitter ett stort socialt kapital. Detta kommer förklaras vidare i processen conversion, men det är här av vikt att förstå hur socialt kapital skapas genom de rutiner som plattformen kräver. För att höja sitt sociala kapital via Snapchat krävs en frekvent användning av plattformen, vilket utmynnar i rutiner. I och med de sociala normer som råder idag samt de krav vi ställer på varandra för att upprätthålla relationer, förstås rutiner på Snapchat som något som görs för att kunna bibehålla, eller öka sitt sociala kapital (Turkle 2011, Van Dijk 2013:65).

“Man är ju van vid att så snart man sitter still så kanske man tar upp telefonen och chattar med vännerna liksom. Och då den stunden hade det kanske varit lite såhär, vad gör jag nu?”

(Cecilia, 13 år)

“Så brukar det ju vara någonting jag gör när jag har tråkigt eller liksom för rastlöshet, det kan typ vara så att jag precis varit inne på Snapchat och sen går jag ut och så pratar nån med mig och sen så går jag in på det igen. Fast jag precis har varit inne på det.” (-Lova, 12 år)

Det blir tydligt att intervjupersonernas vardag till stor del struktureras av mobilanvändande, där Snapchat är en viktig del. Turkle (2015) talar om att dagens ungdomar blir allt mer rastlösa som konsekvens av ständig uppkoppling. Vi människor vill besitta allt större kontroll över vår tid. Idag strävar vi efter att vara med varandra samtidigt som vi befinner oss någon annanstans och vi tillskriver värde i att inneha kontroll över vad vi vill uppmärksamma (Turkle 2015:19). Det blir allt vanligare idag för barn att växa upp med mycket teknologi att ägna sin tid åt. En teknologi som kommer att spela en allt större roll i deras sociala liv. Det finns en risk att individen därmed inte utvecklar en förmåga att hantera att vara ensam. Alltså är det förståligt att det för dagens ungdomar finns risk för att det uppstår en ångest när de befinner sig ensamma utan uppkoppling, och de anser sig vara i behov av ständig stimulans (Turkle 2015: 62). Lova beskriver hur hon kan vara inne på Snapchat flera gånger under en kort tid vilket pekar på att det finns ett behov att tillfredsställa. När hon sedan går in på Snapchat igen efter en kort tid är det mer av en reflex än ett medvetet agerande när hon inte har någon att prata med. Det här bidrar till att Snapchat utgör en stor del av intervjupersonernas vardag på det sätt att de ofta kollar om någon “snapat”, även om de inte behöver utgöra längre perioder. De blir snabbt uttråkade om ingenting händer.

“Alltså om det är liksom en helg och man har typ ingenting att göra och man frågar om det är någon som vill va, då skickar man kanske [...] hej vill du vara sen så svarar vi antingen på bild eller på snap, men om det är vanlig vardag då är det inte jättemycket för då är man mest i skolan och sen träning då skickar man väl bara kanske en bild så att man ja, håller (streaken av) dagar kanske.” (-Pontus, 13 år)

“ I och med att jag rider och tränar och är i stallet så är det jag tar nästan aldrig med mig mobilen för den är ivägen tycker jag och då blir det ju tre timmar om dagen som jag liksom inte tittar på en skärm ” (-Isabelle, 14 år)

Vardagliga sysselsättningar såsom fotbollsträning, ridning eller skola prioriteras framför användandet av Snapchat. Det finns ett medvetet val av skärmtid, och det råder en uppfattning att det är positivt de gånger intervjupersonen undviker att titta på en skärm. Alltså fyller Snapchat en funktion av konstant stimulans mellan andra sysselsättningar i vardagen. Däremot uppstår dessa “luckor” frekvent under en dag vilket gör att Snapchat också får en stor roll i deras liv.

“När vi inte använder.. vi använder det inte i skolan för vi får inte [...] jag brukar inte vilja vara oartig så jag brukar ifall jag är hos någon brukar jag inte snappa fören den personen tar upp mobilen och gör någonting. Och jag brukar inte snappa när man typ såhär äter och sånt om jag inte sitter typ själv.” (-Lova, 12 år)

Intervjupersonen är här noga med att poängtera att hon är medveten om normer och artighetskonventioner som råder kring Snapchat-användande. Hon anser att det inte är socialt accepterat att använda Snapchat under vissa omständigheter, när hon befinner sig i någons närvaro (om denne själv inte använder det). Det anses alltså oartigt att snappa (eller sitta med mobilen) under en social sammankomst. Å andra sidan tittar intervjupersonen ironiskt nog på samtliga snaps hon får under intervjun och ursäktar sig. Mobiltelefonen plingar ett antal gånger under intervjuns gång och inte en gång utan att intervjupersonen måste titta och läsa allt som skrivs. Alltså finns en medvetenhet om artighetsnormer men som hon dock inte riktigt lever upp till. Detta indikerar att Snapchat-användandet är viktigare för en än vad hon tror och att hon tills viss del är omedveten om sin användning.

Snapchat upptar en stor del av intervjupersonernas mobiltid vilken i sin tur upptar de luckor som uppstår mellan vardagsaktiviteter. Plattformen har en viktig roll för att bedriva tiden när de är ensamma då de omedelbart känner sig rastlösa. Vardagsrutiner är viktiga för att sammanhålla användarnas sociala nätverk och fungerar i vissa fall som ritualer där ett avståndstagande kan få moraliska konsekvenser.

Conversion

Den sista processen inom domesticeringsperspektivet är conversion som riktar fokus på de sätt användare visar för sin omgivning hur de använder en teknologi och därmed hur de experimenterar med sin identitet. Vi kommer här att undersöka vilka faktorer som spelar in i intervjupersonernas sätt att visa sitt Snapchat-användande för andra. Vi vill alltså förstå på vilket sätt normer kring användande kommuniceras ut på plattformen och sprids. Vi vill få förståelse för de konventioner som råder på Snapchat enligt intervjupersonerna samt undersöka varför dessa ser ut som de gör. Det blir även av intresse att förstå hur intervjupersonerna kommunicerar, vad de skickar för material och till vem.

“Jag har nästan lust att ta bort dem och rensa min Snapchat av dem som skickar dagar för att vi snackar inte något utanför det. Det är mer bara status. Liksom jag har dagar med jättemånga, över typ 100 dagar med många, men det är inte så att jag bryr mig eller någonting.” (-Emma, 14 år)

“Är det så att får man nån hög typ 700 dagar då är det lite att man visar det” (-Isabelle, 14 år)

Ett sätt att visa sin användning för andra är genom att visa antal “dagar” som införskaffats.

Intervjupersonerna visar för sin omgivning att de besitter ett stort socialt kapital genom att ha så mycket dagar som möjligt, med så många som möjligt. Här ses också socialt kapital som en form av symboliskt kapital, då “dagar” associeras till ett värde inom fältet för Snapchat-användande och pekar på status. Van Dijck (2013:65) skriver om en popularitetsprincip som idag eftersträvas allt mer av ungdomar, där det råder en uppfattning om att ens sociala nätverk ska bli så stort som möjligt. Ett sätt för användare att visa storleken av ens sociala nätverk är genom Snapchat. I de fall när de besitter mycket dagar med flera individer tyder detta på ett stort socialt nätverk och därmed hög status genom popularitetsprincipen. Även mängden kontakter får en betydande roll då fler kontakter är index på ett större nätverk.

En annat sätt där intervjupersonerna visar sitt användande gentemot varandra är hur de kommuniceras med varandra. Det blir tydligt av intervjupersonerna att de inte skickar vad som helst till vem som helst. Precis som i andra sociala sammanhang, utvecklar samt experimenterar

de med sin identitet på Snapchat. Detta kommer främst till uttryck när intervjupersonerna förklarar på vilket sätt de snappar med bekanta och kompisar.

“Om man bara vill liksom säga någonting till någon man inte känner jättebra kanske, så mest mest svart bild vilket är väldigt tråkigt men om man typ skickar till sina kompisar så kan man skicka någon rolig bild på sig själv eller vad som helst.” (-Pontus, 13 år)

Här berättar intervjupersonen att han gör en klar avgränsning av vad han delar med sig och till vem. Detta kommer till uttryck när Pontus berättar att han föredrar att skicka en svart bild istället för en bild på sig själv. Alltså gör han ett medvetet val för att således inte riskera att utelämnas för mycket av sig själv och visa sig sårbar (Turkle, 2011: 1). Det finns en risk med att lämna ut för mycket av sig själv, det kan tolkas fel eller att personen ifråga kanske inte uppfattar meddelandet som det var tänkt från avsändaren. Detta agerande är något vi förstår med hjälp av Goffmans (1998) modell om den främre och bakre regionen. Hur Pontus förhåller sig till regionerna tydliggörs när han skickar snaps. Det uttrycks en skillnad i vad han skickar för typ av innehåll till bekanta och i närmre relationer. Samtidigt som Pontus inte vill riskera att dela med sig för mycket av den bakre regionen gentemot bekanta, råder det andra gränser att förhålla sig till när han skickar till sina närmre vänner. Då han säger att det egentligen är tråkigt att skicka en svart bild, räcker det inte att skicka en svart bild till sina vänner, iallafall inte i samma utsträckning som till bekanta. Alltså blir det viktigare att visa upp en roligare sida av sig själv, samt möjligt att experimentera med sin identitet beroende på vilken kontext man befinner sig i.

“Om man skickar någonting väldigt väldigt privat typ jag vet inte så visas det bara 2 gånger. Om personen tar screenshot på chatten så visas det [...] istället för om man har messenger så ser man inte när den screenshottar och chatten sparas.” (Emma, 14 år)

Det råder en uppfattning av att det på Snapchat är möjligt att i stort sätt skicka vad som helst då det råder en säkerhet att allting försvinner. Plattformen upplevs på så sätt som mer privat och stängd vilket bidrar till en känsla av trygghet att kunna experimentera med sin identitet på ett annat sätt än på andra sociala medier. Användarna beter sig olika beroende på vem som tar del av innehållet. Alltså möjliggör det att intervjupersonerna delar med sig av sin bakre region i större

utsträckning, genom att till exempel skicka en bild på hur de ser ut på morgonen. Det är även av vikt att det blir synligt om mottagaren sparar det sändaren delar med sig. Sändaren besitter därför en större kontroll av vad som sparas och i de fall det finns en oro över att sändaren delat med sig för mycket av sig själv, från sin bakre region, är det möjligt att be mottagaren att ta bort det i de fall de sparar en snap. Detta är inte möjligt på till exempel messenger, där allt lagras och det råder en ovisshet i hur meddelanden hanteras.

Å andra sidan finns skillnader i hur användare delar med sig direkt mellan varandra och på mystory där samtliga kontakter kan ta del av innehållet. Som med alla medier och sociala nätverk där en större publik tar del av materialet tenderar gränserna för den offentliga och privata sfären att bli mer diffus.

“Sen har man stories där man kan lägga ut saker också. Instagram är typ som Niklas sa, där man lägger ut mer professionella bilder (i relation till mystory).” (Emma, 14 år)

“Jag tänker igenom väldigt mycket vad jag lägger ut men sen gissar jag att det är lite olika att det försvinner om 24 timmar så det är inget” (-Sofie, 13 år)

Meyrowitz anpassade Goffmans teori till elektroniska medieformer i *No sense of place*. Han lade till ytterligare en region som han kallade mittregionen. Den skapas på grund av att en publik tar del av både bakre och främre regionen. De blir inte lika avgränsade från varandra och aktören tvingas röra sig mellan dem (Meyrowitz, 1985: 47). När intervjupersonerna besitter mindre kontroll över vilka individer som tar del av deras material, uppstår en större osäkerhet och svårighet i att anpassa efter kontext och därmed i vilken utsträckning de ska dela med sig av främre eller bakre regionen. Där får de istället försöka röra sig mellan dem, i mittregionen, för att lyckas producera ett relevant material för publiken. Normerna liknar de som råder på Instagram där de befinner sig i en tydligare offentlig sfär, vilket i sin tur påverkar hur redigerat material produceras. De båda medierna har gemensamt att kontexten blir komplex som konsekvens av antalet personer som kan ta del av ens story. Det finns ändå skillnader i hur mycket de redigerar materialet som delas på my stories i Snapchat och i flödet på Instagram. Återigen vill användaren inte visa sig sårbar genom att dela för mycket av sin bakre region. Det blir tydligt att det i denna kontext

(mystory) är viktigt att vara mer noggrann med vad som produceras. Det är viktigt att kunna anpassa sig efter de krav som ställs av ens kontaktnät av vad som är okej att dela eller inte. Men det råder fortfarande en uppfattning att det är mer lättömt på Snapchat än på Instagram. Det som skiljer Snapchats mystory från flödet på Instagram är att det användare lagt ut på Snapchat försvinner efter 24 timmar. Därmed blir det ännu viktigare att redigera innehållet på Instagram då det lagras.

“Jag delar ju bilder på instagram men där känns det ju lite som att du vet när jag delar en bild där då vill jag att andra ska se den och de ska se den resten av livet om de känner för det. Och då är det ju att man lägger inte ut lika ofta, lika mycket alltså inte lika spontana saker.(-Isabell 14 år)”

Genom Baumans teori om konsumism tolkas denna kommentar som ett tecken på att individer konstant vill förnya sig där det eftersträvas att konstruera en ny version av sig själv. Bilder i flödet på Instagram består och betraktas därför som ett hinder i att förnya sig. Det finns en frihet på Snapchat i att det användarna skickar inte blir fixerat och sparas för alltid, då de vill upprätthålla en flytande och rörlig identitet. Det skiljer sig från de plattformar där material lagras, då ens identitet blir mer statisk på grund av att gammalt material ligger kvar och kommer fortfarande påverka uppfattningen om vem personen är. Detta ses som ett behov av rörlighet utifrån vårt konsumtionssamhälle varvid konsumenter sträcker sig efter ett mål som de aldrig kommer uppnå, samt inte heller vill uppnå. Bauman menar att behov inte tillfredsställs genom konsumtion utan behoven blir fler och vårt identitetsskapande är i ständig rörelse (Bauman 2007:30, 46).

Identitetsskapande på Snapchat sker på ett sätt som skiljer sig från andra sociala medier, till exempel Messenger och Instagram. Material som delas på sociala medier påverkas alltid av relationen mellan sändare och mottagare. Däremot upplevs det vara mer avslappnat överlag på grund av den kortvariga kommunikation som råder, samt att det synliggörs när någon sparar ens material. Samma förutsättningar gäller även för mystory där en större publik tar del av materialet, där materialet redigeras mer, men är överlag mer avslappnat på grund av att det försvinner.

Slutdiskussion

Genom denna studie kan vi konstatera att det är flera faktorer som spelar in i Snapchats popularitet bland ungdomar. Då plattformen erbjuder nya sätt att kommunicera på har den fått en viktig plats i samtiden med tanke på hur våra sociala relationer och kontakter förändras. När Snapchat skapades, 2011, existerade givetvis redan andra sociala medier. Däremot lyckades Snapchat erbjuda något som var nytt, att kommunicera snabbare visuellt. Att införskaffa nya ting för att konstant förnya sig och konstruera sin identitet är något som eftersträvas i vårt individualistiska samhälle. Plattformen ses som snabbare då vi kan dela med oss av upplevelser utan att beskriva dem i text och dessutom utan att de sparas. Det handlar om en omedelbarhet som upplevs i stunden när intervjupersonerna tar del av en snap, och dessa upplevelser konsumeras på ett sätt för att sedan ersättas av nästa upplevelse. I kombination med plattformens kontinuerliga uppdateringar, erbjuds nya funktioner vilket gör att Snapchat fortsätter att upplevas som ny. Appens alla utmaningar drar också till sig användare och är en viktig faktor för dess popularitet då dessa utmaningar också har tillskrivits ett symboliskt värde.

Snapchat har blivit integrerad i ungdomars vardagsliv. Vi ser att användning av plattformen inte tar över redan existerande vardagsaktiviteter då den istället fyller igen de luckor av rastlöshet som uppstår. Studien visar även att Snapchat kan ha en större roll än vad intervjupersonerna upplever då de använder plattformen när de själva anser att de inte borde använda den. Snapchat tillhandahåller konstant stimulans då den är lättillgänglig. Detta på grund av den avspända stämning som råder på plattformen där mycket material produceras och kan konsumeras. Möjligheten att kommunicera snabbare och konsumera mer av varandras material blir ett uttryck för det snabba samhälle vi lever i. Detta har möjliggjort att vi kan dela med oss av upplevelser i samma stund som vi upplever dem. Det har förstärkt normer och krav för upprätthållning av sociala relationer, såsom att vara i konstant kontakt vilket gör att det uppstår en rutin i att använda Snapchat. Detta gör att plattformen får en viktig roll i ungdomars vardagsliv. Då det tidigare har varit av större vikt att träffas ansikte-mot-ansikte eller att prata i telefon för att bevara och förstärka våra familje-, vänskaps- och romantiska relationer, råder det idag nya förutsättningar. Givetvis är det fortfarande av vikt att träffas, men sätten att bibehålla kontakt förändras. Det finns ett behov av att vara del av en större grupp och kommunicera för att känna tillhörighet, vilket ses som en stark drivkraft till att behovet av att dela med sig av upplevelser är så pass påtagligt. Snapchats

kommunikationsform erbjuder en möjlighet att skapa och upprätthålla social kontakt i form av ritualer som normaliserar att upplevelser bör upplevas samtidigt. Kommunikationen är till största del rituell snarare än informativ. Upplevelser kan vara extraordinära som till exempel konserter, resor eller bröllop, men kan också vara vardagliga som till exempel det som görs för stunden i skolan, hemma eller på natten. Alltså som konsekvens av att vi alltid är nåbara, uppkopplade, blir det av större vikt att vi oftare också hör av oss till varandra. Och verktyget för att göra detta är något som Snapchat erbjuder. Att vi skulle ringt till varandra för 20 år sedan för att säga "godmorgon" till nära hade varit otänkbart, men idag har det mer eller mindre blivit en norm på Snapchat. Därmed kan vi konstatera att det sker en förändring i vårt samhälle av hur ungdomar upprätthåller sociala relationer, då vi oftare behöver vara i kontakt med varandra men inte med lika viktigt innehåll.

Vi slutar aldrig experimentera med vår identitet genom livets gång, men det är som viktigast under ens ungdom (Turkle 2011:158). Möjligheterna att experimentera blir således flera i takt med att fler verktyg uppstår, så som Snapchat. Samtidigt som plattformen påminner mer om ansiktesmotansikte konversationer råder fortfarande en säkerhet för intervjupersonerna om att kunna redigera vad de vill dela med av sig. Alltså finns det ett värde av att besitta kontroll över vad de delar med sig av. Denna kontroll ger en frihet för dem att kunna anpassa sitt material efter olika mottagare. Därmed fungerar identitetsskapande på ett unikt sätt genom kortvarig visuell kommunikation då möjligheten att redigera sitt material finns kvar, samtidigt som materialet ses som mer autentiskt än på plattformar där materialet lagras som till exempel i flödet på Instagram. En annan aspekt av att ingenting lagras är möjligheten att konstant kunna skapa en ny bild av sig själv vilket skapar en flytande identitet istället för en mer statisk där gammalt material fortfarande påverkar uppfattningen av ens identitet.

Då vi i denna studie har undersökt flera aspekter av Snapchat-användande finns det fortfarande intressanta aspekter vi inte undersökt som blir av relevans för vidare forskning. Vidare forskning kan exempelvis undersöka hur användning av Snapchat skiljer sig mellan killar och tjejer. Då vårt empiriska material inte tydde på markanta skillnader inom ramarna för vår studie är det fortfarande relevant för framtida forskning. En annan intressant aspekt att undersöka den nya funktionen snapkartan. Då användare har den aktiverad möjliggör det för ens kontakter att följa ens

geografiska position. Vidare studier skulle kunna rikta fokus på ungdomar och övervakningssamhälle.

Referenslista

Bakardijeva, M (2011) *The Internet in Everyday Life: Exploring the Tenets and Contributions of Diverse Approaches*. I: Consalvo, M & Ess, C (red.) *The handbook of Internet studies*.

Chichester: Wiley-Blackwell, 59-82.

Bauman, Z (2007). *Consuming life*. Cambridge: Polity

Bayer, J, Ellison, N, Schoenebeck, S, & Falk, E (2016), 'Sharing the small moments: ephemeral social interaction on Snapchat', *Information Communication & Society*, 19, 7, pp. 956-977

Bourdieu, P (1997). *Kultur och kritik: anföranden*. 2., omarb. uppl. Göteborg: Daidalos

Carey, J.W. (2009). *Communication as culture: essays on media and society*. Rev. ed. New York: Routledge

Eder, D & Fingerson, L (2002) *Interviewing children and adolescents*. I: Gubrium, J & Holstein, J (red.), *Handbook of Interview Research*. Thousand Oaks: Sage, 181-201

Goffman, E (1998). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 4. uppl. Stockholm: Prisma

Grieve, R (2017), 'Unpacking the characteristics of Snapchat users: A preliminary investigation and an agenda for future research', *Computers In Human Behavior*, 74, pp. 130-138

Haddon, L (2011), 'Domestication Analysis, Objects of Study, and the Centrality of Technologies in Everyday Life', *Canadian Journal Of Communication*, 36, 2, pp. 311-323

Haddon, L (2006), 'The Contribution of Domestication Research to In-Home Computing and Media Consumption', *Information Society*, 22, 4, pp. 195-203

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

Matallaoui A, Hanner N & Zarnekow R (2017) *Introduction to Gamification: Foundation and Underlying Theories*. I: Stieglitz, Stefan., Lattemann, Christoph., Robra-Bissantz, Susanne.,

Zarnekow, Rüdiger. & Brockmann, Tobias. (red.), *Gamification Using Game Elements in Serious Contexts*. Cham: Springer International Publishing, 3-18

Meyrowitz, J (1985). *No sense of place: the impact of electronic media on social behavior*. New York: Oxford University Press

Olsson, T (2017) *Sociala medier - en introduktion*. I: Olsson, T (red.) *Sociala medier: vetenskapliga perspektiv*. Första upplagan Malmö: Gleerus, 9-20

Piwek, L, & Joinson, A (2016), 'Full length article: "What do they snapchat about?" Patterns of use in time-limited instant messaging service', *Computers In Human Behavior*, 54, pp. 358-367

de Reuver, M, Nikou, S, & Bouwman, H (2016), 'Domestication of smartphones and mobile applications: A quantitative mixed-method study', *Mobile Media & Communication*, 4, 3, p. 347

Tomlinson, J (2007). *The culture of speed: the coming of immediacy*. London: Sage

Turkle, S (2011). *Alone together: why we expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books

Turkle, S (2015). *Reclaiming conversation: the power of talk in a digital age*. New York: Penguin Press

Vaterlaus, J, Barnett, K, Roche, C, & Young, J (2016), "'Snapchat is more personal": An exploratory study on Snapchat behaviors and young adult interpersonal relationships', *Computers In Human Behavior*, 62, pp. 594-601

Waddell, F (2016), 'The Allure of Privacy or the Desire for Self-Expression? Identifying Users' Gratifications for Ephemeral, Photograph-Based Communication', *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 19, 7, pp. 441-445

Watulak, S, & Whitfield, D (2016), 'Examining college students' uptake of Facebook through the lens of domestication theory', *E-Learning And Digital Media*, 13, 5-6, p. 179

Østbye, H (2004). *Metodbok för medievetenskap*. 1. uppl. Malmö: Liber ekonomi

Rapporter

Davidsson, Pamela & Thoresson, Anders. (2017). *Svenskarna och Internet 2017*.

Internetstiftelsen i Sverige.

https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2017.pdf

(Hämtat 2017-11-25)

Davidsson, Pamela & Findahl, Olle. (2016) *Svenskarna och Internet 2016*.

Internetstiftelsen i Sverige.

https://www.iis.se/docs/Svenskarna_och_internet_2016.pdf

(Hämtat 2017-11-25)

Bilaga:

Intervjuguide:

Hur gamla är ni?

Vad gillar ni att göra på fritiden?

Hur skulle ni beskriva er som personer?

Hur länge har ni haft mobiltelefon?

Har ni några syskon?

Är era syskon/ föräldrar aktiva på sociala medier?

Vilka sociala medier använder ni mest nu?

Finns det några sociala medieplattformar som du använde tidigare men inte längre? Hur länge har ni haft Snapchat?

Hur viktigt är Snapchat för er i förhållande till andra sociala medier, exempelvis facebook, instagram eller twitter?

Snapchats roll

Hur skulle ni säga att ni använder Snapchat under en vanlig dag?

Hur skulle det kännas om du inte har Snapchat för en dag/vecka?

Har du haft perioder då du inte använt Snapchat? Varför?

Vad skulle du sakna utan Snapchat?

Vad tycker ni snapchat har för fördelar?

Vad tycker ni snapchat har för nackdelar?

Vad tycker ni om att ingenting lagras på Snapchat?

Vad tycker ni om snapchats olika funktioner? -som my story, snapmap

Följer ni någon/några personer på Snapchat?

Användande av Snapchat

Vad fick er att börja använda Snapchat?

Upplever ni någon skillnad att dela bilder/videos på Snapchat istället för dela det på andra sätt?

Har ditt Snapchat-användande förändras något från början du använde det, tills nu?

Upplever du att Snapchat har förändrat något för dig?

Ifall ja, vad är det som gör att Snapchat bidragit till det tror du?

Hur upplever du att ditt sociala nätverk (vänner) har tagit till sig Snapchat / Har de flesta i ditt sociala nätverk Snapchat?

Skickar du olika typer av Snaps till olika personer? ex kille/tjejer

Skulle du kunna ge ett exempel på vad du skickar till dem?

Finns det risk för utanförskap om man inte använder Snapchat tror du? Kan samtal i verkliga livet kretsa kring vad som delas på Snapchat?

Är det något som inte är okej på Snapchat men på andra sociala medier?

Är det något som är okej på Snapchat men som inte är okej på andra sociala medier?

*Vad är inte okej att göra på snapchat?

Brukar ni vara noga med vad ni skickar?

När använder ni inte snapchat?

Anser ni att det finns någon gräns för hur mycket man kan använda Snapchat?

Fenomenet Snapchat

Varför tror ni att snapchat är så populärt?

Slutligen, är det något ni skulle vilja tillägga som vi inte tagit upp?