

LUNDS UNIVERSITET, SOCIOLOGISKA INSTITUTIONEN



LUNDS
UNIVERSITET

Framställningen av självbilden

En kvalitativ studie om hur självbilden påverkas av framställningen inom sociala medier

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 p

Vårtermin 2018

Kandidatkurs i sociologi

Handledare: Britt-Marie Johansson

Författare:

Mariam Al-Nawab

Marcus Vallsäter

ABSTRACT

I detta arbete kommer det att belysas hur självbilden påverkas av grupper inom sociala medier på facebook. Syftet med uppsatsen är att genom intervjuer med några kvinnor från en tjejgrupp på facebook försöka bidra samt förklara hur dessa kvinnor framställer sig själva och hur medlemmarnas självbild påverkas utifrån andras framställning. Följande frågor har vi avgränsat oss till. Hur framställer medlemmarna sig själva i tjejgruppen på facebook? Vad har denna framställning för påverkan på självbilden hos medlemmarna i tjejgruppen på facebook? Den metoden som användes för att utföra studien är en semistrukturerade kvalitativ intervju med 10 kvinnor som är medlemmar i en tjejgrupp på facebook, kvinnorna är mellan 18–43 år. Den semistrukturerade intervju kombinerades med en netnografisk observation, detta gjordes för att få en bättre förståelse av vad intervjupersonerna berättade för oss. Deltagarna som vi intervjuade ansåg sig själva inte vara så aktiva i gruppen, vilket inte resulterade i någon bild i hur de själva framställer sig i gruppen. Däremot utifrån deras berättelser om vad de själva upplevde i gruppen och vad vi kunde se i vår observation kan vi förstå att det finns en tendens hos medlemmarna att göra en förbättrad framställning av sig själva. Detta genom att försöka ge en idealiserad bild om hur bra de har det samt hur framgångsrika de är. Framställningen som gjordes i tjejgruppen påverkade medlemmarna på olika sätt beroende på åldern. De yngre hade mindre analyserande samt reflexivt tänkande. Medan de äldre mer gick åt ett analyserade synsätt och uppfattades inte bli påverkade i deras självbild, men ändå så framkom det att det finns en jämförelse som sker och detta var oberoende på åldern.

Nyckelord: Självbild, sociala medier, påverkan, systemvärld - livsvärld, dramaturgiska perspektivet, reflexivitet.

Innehållsförteckning

1. INLEDNING	1
2. BAKGRUND	2
2.1 <i>Syfte och problemformulering</i>	3
3. TIDIGARE FORSKNING	4
4.0 TEORETISKT PERSPEKTIV	6
4.1 <i>Systemvärld – Livsvärld</i>	6
4.2 <i>Dramaturgiska perspektivet</i>	7
4.3 <i>Självbild</i>	7
4.4 <i>Det självreflexiva projektet</i>	8
5. METOD	10
5.1 <i>Datainsamling</i>	10
5.2 <i>Urval</i>	12
5.4 <i>Etiska aspekter</i>	13
6. REDOVISNING AV INTERVJUER	15
6.1 <i>Motiv till allmän aktivitet på sociala medier</i>	15
6.2 <i>Bakgrund till medlemskap i tjejgruppen</i>	16
6.3 <i>Aktiviteten i tjejgruppen bland respondenterna</i>	17
6.4 <i>Relationen till medlemmarna i tjejgruppen</i>	18
6.5 <i>Betydelsen av kommentarer och “likes” på inläggen i tjejgruppen</i>	19
6.6 <i>Framställningen av sig själv och andra i tjejgruppen</i>	21
6.7 <i>Statusens betydelse i tjejgruppen</i>	22
6.8 <i>Påverkan på självbilden</i>	22
6.9 <i>Livsvärld</i>	24
7. REDOVISNING AV OBSERVATION	25
8. RESULTAT OCH ANALYS	27
9. REFLEKTION OCH FRAMTIDA FORSKNING	34
REFERENSLISTA	35

1. INLEDNING

Kommunikation har i människans historia varit en av de mest väsentliga beståndsdelarna. Vi människor har ett primärt behov att kommunicera som märks redan hos det nyfödda barnet och detta tillför en förutsättning under hela livets gång för att kunna få en fullvärdig psykisk, social och kulturell utveckling. Under människans historiska livsgång har kommunikationen utvecklats olika typer av språk samt koder för kommunikation. Detta kan visa sig genom till exempel bildskrift, alfabetisk skrift, morsealfabetet och programmeringsspråk för datorer. I och med den tekniska utvecklingen i dagens samhälle har kommunikationen mellan individer ändrats avsevärt, jämfört med för 100 år sedan. Idag är användningsområdet mer och mer tekniskt och att kommunicera via mejl och andra elektroniska medier, exempelvis Facebook är idag ett vanligt tillvägagångssätt för att söka kommunikation med andra. Genom att samhället blir mer datoriserat blir den mänskliga kommunikationen allt mer global. Vi har idag möjlighet till kommunikation med andra människor runt om i världen via internet där tillgången till den globala informationen saknar gränser (Nationalencyklopedin 2018).

Teknologin påverkar även vår självpresentation som alltid har varit en del av vår kultur, men med tanke på utvecklingen av teknologin gör vi det nu på ett annorlunda sätt. Parmigianio (1524) målade sitt eget självporträtt via en konvex spegel, idag tar vi selfies med telefonkameran och skriver om våra liv på sociala medier. Teknologin har gjort det lättare för individen att skapa och dela sin självpresentation (Rettberg 2014). Facebook är ett av de populäraste sociala medier där man kan dela med sig av sin vardag (Karlsson, M. 2017). Mark Zuckerberg och hans rumskamrater skapade år 2004 Facebook som från början enbart var till för studenter på Harvard University. År 2006 släpptes sajten till allmänheten och har sedan dess utvecklats till ett av de största sociala medier som finns tillgängliga. Enligt statistik från Facebooks hemsida hade Facebook år 2017 över 1,4 miljarder aktiva användare. Visionen enligt grundarna till Facebook är att skapa en gemenskap och att integrera människor med varandra runt om i världen, oavsett var du befinner dig (facebook newsroom 2018).

2. BAKGRUND

Facebook har kontinuerligt genom åren utvecklat sina tjänster. En utav tjänsterna är att skapa grupper på Facebook som ett sätt att samlas runt ett gemensamt ämne som individen är intresserad av. Det kan t.ex. vara politiska åsikter, djur, resor med mera (facebook faq, u.å.) I dessa grupper kan alla som är medlemmar skriva inlägg och lägga upp bilder. Tillgängligheten till grupperna är olika. Det finns antingen offentliga, öppna eller slutna grupper. En offentlig grupp är öppen för alla och vem som helst kan gå med. I en sluten grupp behövs innan medlemskap i gruppen först ett medgivande av administratören, det vill säga gruppens skapare. Detta för att påvisa att individen följer och medger gruppens värderingar och ståndpunkter om hur en ska uppföra sig utifrån de ramar som ska efterföljas.

I en tidningsartikel från 2016 skriver journalisten Katarina Lagerwall om en mansfri grupp som har skapats på nätet av en tjej i 24 årsåldern. Gruppen som heter *Honey & the bees* hade vid den tidpunkten ungefär 15 000 medlemmar. Syftet med gruppen är att ha ett forum endast för kvinnor där de kan dela med sig av varandras erfarenheter och åsikter (Lagerwall 2016). I en annan artikel från 2017 skriver journalisten Ella Berger om samma grupp som då har växt till 97 000 medlemmar (Berger 2017). I år (2018) har gruppen växt till cirka 135 000 medlemmar. Detta påvisar att det finns ett stort intresse av den här typen av grupper. Enligt psykologen Maria Farm kan det både vara bra och dåligt med den här typen av grupper.

“Det finns alltid två sidor av saker. Den goda sidan är att det är positivt att bli bekräftad och att man kan be om hjälp för att må bra. Men om någon får guida som inte är professionell kan det slå snett. Man använder ofta sin egen erfarenhet av hur man har löst ett problem men det är inte säkert att det går att tillämpa på sin egen situation och då kan det bli tokigt och man kan känna sig väldigt misslyckad” (Lagerwall 2016).

I den här gruppen så går medlemskapet ut på att enbart de som identifierar sig själva som tjejer får bli medlemmar. Förutom denna allmänna regel om att identifiera sig som tjej ställs även andra regler som alla medlemmar måste följa. Två exempel på regler är: *”Kränkningar mot andra medlemmar är inte tillåtna. Nolltolerans mot homofobi, transfobi samt rasism”* (<https://www.facebook.com/groups/578027939004940/>). Inlägg som uppfattas som stötande tas bort och medlemmar som bryter mot reglerna blockeras från gruppen. Den som vill söka medlemskap i gruppen behöver skicka en förfrågan till administratörerna som vanligtvis brukar

även vara grundare till gruppen. Administratörerna går igenom ansökan och säkerställer att det är en tjejs profil, när det är gjort så godkänns förfrågan och därefter kan medlemmen vara med och göra sina inlägg och diskutera andras inlägg. I ett tv-program från kanalen TV4, beskriver några grundare syftet med gruppen som följande: "*denna grupp är som ett tjejforum där alla kan dela med sig av sin erfarenhet samt diskutera andras inlägg*". Inläggen kan innehålla seriösa inlägg som våld i hemmet, relationsproblem men även mindre oseriösa inslag som vardagliga händelser. Vissa av medlemmarna skickar anonyma inlägg som hanteras av en eller flera administratörer (Nyhetsmorgon (TV4) 2016). Gruppen definieras som en tjejgrupp därav har vi valt att använda ordet tjejgrupp genom hela arbetet.

2.1 Syfte och problemformulering

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur dessa medlemmar framställer sig själva i sådana typer av grupper, vilka intryck detta kan lämna hos de andra medlemmarna och hur detta kan påverka individens självbild. Vi har valt att inrikta oss på en tjejgrupp som finns på facebook och intervjua några tjejer och kvinnor som är medlemmar i den. Genom dessa intervjuer vill vi försöka förklara hur dessa kvinnor framställer sig själva och hur medlemmarnas självbild påverkas utifrån andras framställning. Med tanke på att sådana typer av grupper är ett växande fenomen, genom att många individer söker sig till dem så blir detta ett intressant ämne för vår uppsats. I sådana stora grupper med ett stort antal medlemmar kan det finnas olika typer av individer som har olika värderingar. Genom olika typer av inlägg eller bilder som medlemmarna lägger ut utan någon bakgrund om individen kan detta ge upphov till en förvrängd bild av verkligheten.

1. Hur framställer medlemmarna sig själva i tjejgruppen på facebook?
2. Vad har denna framställning för påverkan på självbilden hos medlemmarna i tjejgruppen på facebook?

3. TIDIGARE FORSKNING

Sociala medier och media i övrigt har idag fått en stark påverkan på individer runt om i världen. Morimoto och Freidland (2011) skriver att media utgör en central roll hur unga formar sin identitet, studien påvisar även att media främjar den kulturella bakgrunden och hur ungdomars beslutfattande påverkas av det mediasamhälle som vi lever i. Hur media och sociala medier allt mer påverkar oss grundar sig mycket på den teknologiska utvecklingen. I en undersökning från 2004 till 2006, som grundade sig på online användandet i USA bland ungdomar från 18 - 24 år, påvisades att denna användning av elektronisk utrustning där uppkoppling till internet är möjlig hade ökat från 77 till 88 procent (Madden 2006). Detta påvisar en radikal ökning av hur många som dagligen använder sig av digitala medier eller sociala medier. Morimoto och Freidland skriver att livsvärlden mer och mer blir påverkad av medias påtryckningar om exempelvis hur klädseln ska vara, vad man ska äta, hur man tränar på bästa sätt osv. Artikeln är skriven utifrån Jurgen Habermas begrepp livsvärld. Livsvärlden är den fria världen där individen skapar sina egna värderingar och åsikter utan att någon påverkar (Eriksen & Weigård 2016). Författarna skriver att digitala medier mer och mer tränger in i livsvärlden och övergår till en annan fas, systemvärlden, där individen är mer styrd av andras tankar och värderingar (Morimoto, Freidland 2011).

I en turkisk studie från 2016 undersökte man 1130 studenter i åldrarna 12–18 år. Undersökningen fokuserar på hur mycket sociala medier påverkar självbilden samt hur detta kan leda till depression. Studien visade att ju mer tillgänglig och uppkopplad individerna var mot internet och sociala medier, desto lättare hade de att utveckla depression vilket leder till en lägre självbild. Studien visade även att ju sämre självbilden är ledde det i många fall till isolering vilket resulterade i att självbilden blev mer och mer drabbad och försämrad, detta är för att till slut förhöll sig individen endast till sociala medier och dess information. Resultatet av detta blir en mer sluten värld vilket skadar individen socialt, och kan i värsta fall leda till depression (Kırcaburun 2016). Hawi och Samaha (2017) skriver att personer med lägre självkänsla tenderar att vara mer beroende av sociala medier. Syftet med deras undersökning är att ta reda på ifall det finns ett samband mellan den beroendeframkallande användningen av sociala medier, självkänsla och tillfredsställelse av livet. För att uppnå detta syfte genomfördes en enkätundersökning vid Notre Dame University-Louaize i Libanon som även är den första av sitt slag i mellanöstern. Resultatet i Hawi och Samahas studie påvisar att personer med låg

självbild använder sociala medier mycket mer än personer som har en bra självbild. Personer som använder sociala medier i stor utsträckning bottnar i att de vill framhäva en förbättring av sin självbild inför andra. Detta resulterar i att en person med dålig självbild även leder till att personen har svårare att bli tillfredsställd i det verkliga livet (Hawi & Samaha 2017).

En studie som är skriven av Anders Persson (2012) görs en jämförelse på interaktionen mellan människor på sociala medier ”person to person” och i verkliga livet ”face to face”. Studien utgår ifrån Goffmans dramaturgiska perspektiv “give expression” uttryck som individen sänder ut, detta inbegriper verbala symboler eller ersättningsmedel som individen använder sig av för att uttrycka information. “Give off expression” de uttryck som individen överför och innefattar kroppsspråk och andra saker som kroppen gör som t.ex. Svettningar och rodnad och som kan tolkas av andra som symptomatiska eller icke-symptomatiska uttryck hos den individ som ger dem av. Persson skriver att människor delar med sig mycket mer av sitt privata liv på sociala medier än vad de gör i verkligheten. Skillnaden mellan “person to person” interaktion och “face to face” interaktion är att i face to face interaktionen delar individerna situationen ansikte mot ansikte och överför en mycket stor och bred information till varandra. Däremot i person to person interaktionen t.ex. på sociala medier blir det en smalare överföring av information, individen befinner sig inte i fysisk närhet till mottagaren och därmed finns ingen tillgång till den breda informationen som mottagaren hade kunnat få i en face to face interaktion. Vidare skriver Johansson med utgångspunkt från Goffmans begrepp *frontstage* när individen befinner sig på sociala medier och *backstage* är där individen befinner sig fysiskt när kommunikationen sker att människor beter sig annorlunda bakom och framför scenen på grund av att individen kan styra självpresentationen genom att sända de intryck som passar för ändamålet och detta med tanke på att individen inte är fysiskt närvarande vid interaktionen.

4.0 TEORETISKT PERSPEKTIV

I vår studie har vi valt att utgå från två teorier, Habermas system - livsvärld och Goffmans dramaturgiska perspektivet. Vi har även kombinerat teorierna med begreppen självbild och reflexivitet. Vi anser att dessa teorier och begrepp kompletterar varandra och med hjälp av dem kommer vi att kunna besvara våra frågeställningar. Självbild är det centrala i vår studie och genom att ge en definition på begreppet skapar vi en förståelse om hur självbilden påverkar individen via sociala medier. Habermas systemvärld - livsvärld förklarar hur individen anpassas utifrån andra individers systemvärld vilket innebär påverkan till annans åsikter samt värderingar som tar över ens livsvärld så att denna blir till en systemvärld där individen följer andras värderingar och uppfattningar. Ett kompletterande begrepp är reflexivitet som innebär att individen med tanke på den ökade informationen och kunskapen är i ständig revidering av självet. Goffmans teori om framträdandet förklarar hur människor spelar olika roller och hur de framställer sig själva för varandra och hur denna framställning kan både vara cynisk eller uppriktig. Denna framställningen som individen gör kan påverka självbilden hos åskådaren.

4.1 Systemvärld – Livsvärld

Jurgen Habermas är en tysk sociolog som har utvecklat teorin om det kommunikativa handlandet. Teorin förklarar hur individer samspekar med varandra för att uppnå en gemensam förståelse. Ett av Habermas mest centrala begrepp inom den teorin är *systemvärld – livsvärld*. *Systemvärlden* behandlar individen utifrån ett byråkratiskt synsätt där lagar, regler och värderingar är det primära. Habermas skriver att individen styrs utifrån olika värderingar, uppfattningar och mål. *Livsvärlden* är den ”fria” världen, som kännetecknas framförallt av språklig kommunikation, individens handlande och värderingar. Enligt Habermas hamnar individen i en värld av system som uppmanar vad den ska tycka och hur en ska agera. Individen blir styrd av en *systemvärld* där den ”fria” världen bortprioriteras på grund av byråkratiseringen blir allt för påtaglig för *livsvärlden*. Enligt Habermas blir *systemvärlden* målrationell för individen och tar bort individens kommunikativa handlingar vilket resulterar i att *livsvärlden* blir allt svagare (Eriksen & Weigård 2016). Kommunikativa handlingar som blir styrda och bortplockade av det målrationella kan även kallas för kolonisering. Det innebär att *systemvärlden* med sina redan uppsatta klara mål om hur individen ska förhålla sig övertar *livsvärlden* och tar ifrån individens dess värderingar, gemenskap och sociala utgångspunkter (Reese-Schäfer 1998).

4.2 Dramaturgiska perspektivet

Erving Goffman är en amerikansk sociolog som beskriver i sin bok "Jaget och maskerna" den sociala interaktionen. Goffman menar att interaktionen kan ses som en teaterscen där människor är aktörer som framträder i olika roller. *Frontstage* eller den främre regionen beskriver den plats där framträdandet sker och individen spelar sin roll. Målet är att observatören ska tro på den rollen som spelas. Framträdandet delas in i två delar, ett *cyniskt* framträdande där individen inte tror på sitt eget agerande och ett *uppriktigt* framträdande där individen istället tror på sin egen framställning. I framträdandet så använder individen sig av en *fasad* som en sorts utrustning för sitt framträdande. Fasaden kan vara *inramningen* som är platsbunden, och framträdandet kan inte påbörjas förrän individen har tagit sig dit. Framträdandet avslutas när individen lämnar platsen "En inramning är platsbunden, så att den som vill använda sig av en speciell inramning som en del av sitt framträdande inte kan börja spela sin roll förrän de har tagit sig till den för ändamålet lämpliga platsen och de måste avsluta sitt framträdande när de lämnar den" (Goffman 2009, s.29). Fasaden kan också vara den *personliga fasaden* som identifieras med själva aktören och följer med överallt. Dessa identifikationsmarkörer kan exempelvis vara kön och ansiktsuttryck och följer med *Backstage* där individen kan vara sig själv. Där spelas inga roller och fasaden kan läggas åt sidan. Goffman skriver också att i framträdandet har människan en tendens att ge en idealiserad uppfattning om sin situation och verklighet (Goffman 2009). Framträdandet görs för att bevara ens självbild gentemot andra där individen styr bilden som hen vill att andra ska få om en (Andersen, Bo, Heine, & Kaspersen 2014).

4.3 Självbild

Självbild eller spegeljaget som innebär att individen uppfattar sig själv så som andra uppfattar den. Det är ett begrepp som berörs av många teoretiker bland annat av George H. Mead som utvecklade begreppet under 1930-talet (Karlsson, L. 2017). George H. Mead (1995) har introducerat jaget som består av två delar *me* and *I*. Den ena delen *me* och är individens sociala roller och de förväntningar andra har på en. Den andra delen *I* är individens spontana jag som finns hela tiden i bakgrunden men hämmas av *me* som utövar social styrning på den och ger jaget en balans. Han skriver att med hjälp av *me* kan vi se oss själva genom andras hur andra ser oss. "I är organismens respons på de andras attityder, men är organiserade uppsättning av andras attityder som man själv antar" (Mead 1995, s.133). Johansson (2002) skriver i sin bok "Bilden av självet" om *Det utsträckta självet* där han förklarar att individen inte längre är

beroende av någon fysisk eller materiellt rum. Allt sker via den medialiserade världen, det är en ny förutsättning för individen att skapa sig själv via den. (Johansson 2002). Leon-Festinger beskriver enligt L. Karlsson (2017) att människan hela tiden strävar uppåt i sina jämförelser med andra. När det saknas objektiva mål för vad som är rätt eller fel, bra eller dåligt så sker en jämförelse hos individen med andra för att få en värdering på sig själv. För att detta ska fungera måste individen välja individer som ligger nära sig själva i beteende att jämföra sig själva med (Karlsson, L. 2017). När det gäller medlemmar i grupper skriver Nilsson (2015) att det är ett antal psykologiska behov som gruppmedlemmarna kommer med när de blir en del av gruppen. Exempel på dessa behov är tillhörighet, bekräftelse och trygghet. Normer och regler skapar kontinuitet i gruppen, medlemmarna belönas om de följer reglerna och bestraffas om de bryter mot dem. Avvikelse som görs av medlemmar med högre status brukar accepteras av de andra medlemmarna. Nilsson beskriver vidare att status är en ställning eller position i en grupp eller organisation. Det har att göra med hur viktig en person är eller anses vara för gruppens mål eller samarbete. Personer med högre status får mer uppskattning och prestige samt högre tolerans från de andra. När medlemmarna lokaliserar sig i gruppen får de en bild på hur de står i förhållande till andra, hur deras förmågor bedöms och vad andra tror om deras åsikter och detta påverkar individens självbild (Nilsson 2015).

4.4 Det självreflexiva projektet

Giddens (2002) skriver i sin bok "Modernitet och självidentitet" om modernitetens *reflexivitet*. Moderniteten förändrar det sociala livet och påverkar individens erfarenhet och självet. Under denna förändringen behöver självet konstrueras och utforskas som en del av en reflexiv process. Människan fattar dagliga små beslut om hur den ska leva. Dessa beslut fattas utifrån individens personliga uppfattningar, men i det moderna samhället är det inte bara den personliga uppfattningen som spelar roll. Den *institutionella reflexiviteten* påverkar också i besluttandet, vilket innefattar att i ett modernt samhälle får individen ständigt ny information och ny kunskap, detta påverkar individens uppfattningar och tankar om den sociala världen. Det är en personlig och social förändring som kopplas ihop (Giddens 2002). Människan är inte längre beroende av de yttre förhållanden och traditioner som var avgörande för individens identitet. I det högmoderna samhället är människan vad den gör sig själv till, hela tillvaron blir en fråga om att välja och fatta beslut för att bevara en "självberättelse" (Andersen, Bo, Heine, & Kaspersen 2014). Socialpsykologen Thomas Johansson skriver att medier får allt större

inflytande av hur vardagsliv och identitet formas och detta påverkar individens uppfattning av sitt eget själv. Även han berör begreppet *reflexivitet* och skriver att individen analyserar och tolkar vardagen, detta görs med hjälp av den ökade informationen och kunskapen som finns tillgänglig i det senmoderna samhället. Utifrån den informationen försöker människan att förstå sig själv och andra i samhället men även skapa en bild om sitt liv. Han skiljer mellan tre typer av *reflexivitet* som hänger samman. Den *instrumentella reflexiviteten* som handlar om att ha kunskap för att kunna handla rationellt, den *normativa reflexiviteten* som handlar om att kunna agera på rätt sätt utifrån moralen att presentera sig själv på ett riktigt sätt och slutligen den *utopiska reflexiviteten* där individen är samhällskritisk på grund av den ökade vetandet och strävar efter ett bättre samhälle. Målet är inte att reproducera det som redan finns utan att skapa alternativa visioner och förändra vissa aspekter av samhället (Johansson 2002).

5. METOD

Utifrån studiens syfte har vi valt att använda oss av en kvalitativ metod då den hjälper oss att fånga in mer nyanser, normer samt värderingar i ett helt annat sammanhang än vad kvantitativa metoder gör (Ahrne & Svensson 2011). Kvantitativ metod grundar sig mer på en överblick av fenomenet som ska undersökas och därigenom får vi inte det djup som studien kräver men vilket den kvalitativa metoden kan ge oss genom intervjuer samt observationer. Den kvantitativa forskningen hänvisar mer till den naturvetenskapliga modellen, det vill säga data som är insamlad och presenteras i form av siffror, medan den kvalitativa, som vi har använt oss av, tar avstånd från denna modell och främjar mer vikten av hur individerna uppfattar och tolkar sin sociala verklighet (Bryman 2011). Syftet med studien handlar om att undersöka hur tjejer och kvinnors självbild påverkas inom sociala grupper på Facebook. Därav är en kvalitativ undersökning mest lämpad då den hjälper oss att förstå grupperns livsomständigheter samt att öka förståelsen kring andra perspektiv och miljöer (Ahrne & Svensson 2011).

5.1 Datainsamling

Vi gjorde vår datainsamling med hjälp av semistrukturerade intervjuer och netnografisk observation. Semistrukturerad intervju där forskaren utgår från en intervjuguide med specifika teman som ska beröras. Intervjuaren har också ett visst utrymme för att ställa ytterligare frågor till det som uppfattas vara viktiga svar (Bryman 2011). Vi konstruerade intervjuguiden utifrån studiens frågeställning samt teorikoppling. Vi utgick även från det vi tidigare hade läst och hört om fenomenet och formulerade frågorna därefter så att de skulle vara passande till vår intervjuguide. Enligt Bryman (2011) möjliggörs frågorna för forskaren genom att få information om hur de intervjuade upplever sin värld och sitt liv. Intervjuerna ska även rymma flexibilitet (Bryman 2011). Vi har satt upp teman med frågor om internetvanor i allmänhet och den specifika gruppen i synnerhet för att försöka fånga hur pass hängivna intervjupersonerna är till kommunikation och sociala relationer på nätet. Målet är att studera framställningen som görs av deltagarna *frontstage* i den gruppen, och vilken självbild de vill förmedla till de andra medlemmarna. Deltagarnas uppfattning om hur andra medlemmar framställer sig själva i gruppen och hur denna framställningen påverkar deras egen framställning och självbild var i också i fokus. Vi utgick från följande teman i vår intervjuguide: Bakgrund om intervjupersonen, sociala medier i allmänhet, sociala grupper på facebook, specifikt om tjejgruppen, tjejgruppens

påverkan på självbilden (Bilaga 1). Vi gjorde en testintervju för att försäkra oss om att frågorna uppfattades på rätt sätt. I samtliga intervjuer använde vi oss av intervjuguiden som stöd för oss. Av de 10 intervjuerna genomfördes 5 via telefon och resterande på plats. För att kunna spela in telefonintervjuerna laddade vi ner en inspelningsapp (TapeAcall), appen testades i förväg för att säkerställa att samtalen verkligen spelades in. Vi använde oss av grupprum på Campus i Helsingborg för att vara ostörda, där även resterande intervjuer genomfördes. Samtliga intervjuer som var på plats spelades in med hjälp av våra mobiltelefoner. Intervjuerna pågick mellan 15–49 minuter, den kortaste intervjun som pågick i 15 minuter berodde på att respondenten satt på spårvagnen med sitt barn och uppfattades lite stressad. De flesta intervjuerna pågick mellan 25–35 minuter, vissa hade mer att tillägga om fenomenet och gick mer in i detaljer och gav mycket exempel. Förutom intervjupersoner som satt på spårvagnen under intervjun upplevdes allmänt ingen skillnad utifrån hur intervjuerna genomfördes, varken om de var på plats eller gjordes över telefon. Intervjupersonerna hade avsatt tiden som vi hade bokat i förväg för att delta i studien och därav upplevdes inga störmoment under tiden intervjun genomfördes. Samtliga intervjuer transkriberades ordagrant direkt efter varje intervju enligt Eriksson-Zetterquist och Ahrne (2011) bör transkriberingen göras direkt efter intervjun då intrycken från intervjun är “färska”.

Efter våra intervjuer med deltagarna kände vi att vi behöver få en bättre förståelse av vad intervjupersonerna berättade för oss. Det framkom en skillnad på hur intervjupersonerna framställer sig själva i gruppen och hur de uppfattar att andra medlemmar framställer sig själva. De säger att deras egen framställning är *frontstage* som *backstage* men de tror att andra medlemmars framställning inte överensstämmer med verkligheten. Eftersom vårt studiefenomen är nätbaserat valde vi att använda oss av netnografisk observation, vilket innebär att kunna få en bättre inblick samt förståelse i hur medlemmarnas aktivitet i tjejgruppen kan se ut. Netnografen som betyder (nät-etnografen) växte fram som en metod som ett alternativ för etnografisk metod för att undersöka och förstå olika kulturer och sociala liv som finns på nätet och sociala medier. Att göra observationen online (nätet) kan skilja sig från att göra den offline (verkligheten). I online-observationen går observatören mycket efter hur individen, i vårt fall medlemmen presenterar sig själv. Även om individer delar med sig mycket information på nätet kan detta ändå vara missvisande. Eftersom medlemmarna befinner sig bakom en datorskärm och kan vara anonyma kan i vissa fall självpresentationen handla om konstruerad bild som medlemmen skapar för att ge en viss bild om sig själv (Berg 2011). Vårt

fält i det här fallet är tjejgruppen på facebook som egentligen är till endast för medlemmarna. För att få tillgång till fältet ansökte en av författarna som är en kvinna om medlemskap i gruppen. Efter att medlemskapet godkändes, gick vi in under en veckas period cirka 30 minuter om dagen. Observationen gjordes under olika tider på dygnet och var en icke-deltagande observation vilket innebär att vi bara iakttog utan att delta i det som sker i miljön. Vi använde oss av ett observationsschema som är en mall för registrering av observationerna. Syftet med observationsschemat är att säkerhetsställa att beteenden registreras på ett systematiskt sätt. Eftersom vi utgick ifrån berättelserna från intervjupersonerna hade sagt så visste vi vad vi skulle leta efter och därav använde vi oss av en strukturerad observation, vilket innebär att man vet vad man letar efter (Bryman 2011). Vi ville observera följande: framställningen av medlemmarna till varandra och hur den uppfattades genom kommentarerna, hur statusens inverkan påverkade medlemmarnas beteende när de kommenterade eller gillade andras inlägg. Med stöd av intervjupersonernas berättelser kunde vi lättare orientera oss i gruppen och med tanke på att författarna har en stor insikt inom sociala medier så blev det lättare att förstå den kulturen. Men genom att vara så tydliga som möjligt i våra förkunskaper, våra utgångspunkter och vårt tillvägagångssätt kan vi öka transparensen i vår studie och detta underlättar att förstå vårt arbete. Trianguleringsmetoden som innebär en kombination av olika metoder inom kvalitativ forskning, ger oss en mer fördjupad förståelse av vår studie. Genom att använda oss av intervjuer och netnografisk observation får vi en mer djupare förståelse av fenomenet än vad vi hade fått om vi bara hade använt oss av en metod (Ahrne & Svensson 2011).

5.2 Urval

Den forskningsfråga som man har är helt avgörande för vilken grupp eller vilka grupper av människor som man är intresserad av att intervjua (Eriksson-Zetterquist & Ahrne 2011). Vi har utgått ifrån ett målinriktat urval, men på grund av tidsbristen har vi valt att kombinera det med ett bekvämlighetsurval. Målinriktat urval innebär att forskaren gör sitt urval utifrån de intervjupersonerna som är relevanta för forskningsfrågorna. Bekvämlighetsurval är att forskaren väljer de personer som råkar finnas tillgängliga (Bryman 2011). Vi skrev ett informationsbrev (inlägg) i den specifika gruppen som vi ville undersöka, där vi berättar om vår studie och undrar ifall det finns några medlemmar som vill ställa upp på intervju. Vi fick inte så mycket respons efter vårt första informationsbrev som vi la in i gruppen, så vi gjorde ytterligare två nya inlägg med informationsbrevet. Därefter skickade vi ett privat meddelande till dem som var intresserade att ställa upp på intervju. Totalt fick vi 11 svar av medlemmarna,

varav en deltagare hoppade av. De tio deltagarna är tjejer som är mellan 18–43 år gamla. Därefter gjordes 10 intervjuer samt en observationsstudie av gruppen. Då det var svårt att rekrytera personer till intervjuerna och genom att vi inte fick mer gensvar utifrån de tre inlägg som gjordes vid olika tillfällen fick vi nöja oss med 10 intervjuer.

5.3 Analyismetod

Metoden som vi har valt till vår analys är en tematisk analys. Detta innebär att efter en noggrann genomläsning av materialet skapa ett index på centrala teman och subteman utifrån de återkommande motiv i datan (Bryman 2011). Vi valde att organisera materialet utifrån vår intervjuguide och observationsschema där vi redan hade kategoriserat de olika frågorna och schemat utifrån olika teman som vi sedan applicerade i analysen. Vid transkribering tilldelades intervjupersonerna olika beteckningar (IP 1, IP 2). Detta gjordes för att lättare kunna urskilja de olika deltagarna. Därefter läste vi genom materialet ett flertal gånger. När materialet hade granskats ordentligt fick vi en bredare inblick och förståelse om vad intervjupersonerna hade att säga och om vad vi hade observerat. I första hand gjordes det en sortering på materialet i större teman utifrån intervjuguiden och observationsschemat. Sedan gjordes en liknande tematisering under varje större tema där vi sökte efter nyckelord och -begrepp utifrån deltagarnas egna svar och fältanteckningarna. I den första större tematiseringen började vi med att läsa igenom alla svar från deltagarna och alla fältanteckningar från observationen sedan delade vi in dem i olika tema utifrån hur deltagarna hade svarat och deras uppfattning om gruppen och medlemmarna och utifrån vad vi hade observerat i gruppen. Subteman gjordes för att avgränsa svaren och därigenom kunna jämföra svaren mellan medlemmarna (Bryman 2011).

5.4 Etiska aspekter

Enligt Ahrne och Svensson (2011) bör forskningen följa etiska principer avseende urval av informanter, bemötande i intervjusituationen och i rapporteringen av undersökningen. Detta menas med att det ska finnas en ömsesidig respekt, omsorg om informanten samt minimerad olägenhet eller skada (Ahrne & Svensson 2011). En viktig aspekt utifrån ett etiskt perspektiv är att informanten kan garanteras anonymitet och att identifierbara uppgifter som namn, datum, platser och eventuella händelsesekvenser anonymiseras. En annan väsentlig princip när kvalitativa intervjuer görs är att det finns ett informerat samtycke som handlar om att det finns

ett ömsesidigt förtroende och ett garanterat frivilligt deltagande under hela forskningsprocessen. Det är även viktigt att ge informanten tid för att kunna få en upplysning om forskningen och låta dem göra informerade val, till exempel vägra svara på vissa frågor (Ahrne & Svensson 2011). Med hänsyn till samtliga respondenter har vi varit tydliga att intervjuerna spelas in samt att, om det upplevs som allmänt jobbigt att fortsätta, avbryts intervjun utifrån deltagarnas förutsättningar. Även samtycke till anonymitet, information om studien klagjordes redan från början. Observationen som genomfördes utgick ifrån en icke-deltagande observation som innebär att observatören iakttar men inte deltar i det som sker i själva miljön. Det etiska problemet med en sådan observation, som även kan kallas dold observation, är att man bryter mot grundläggande etiska regler. Detta kan lyfta upp ett etiskt problem eftersom deltagarna inte kan ge sitt samtycke till att delta då de inte är medvetna om att deras text observeras, samt att undersökningen kan ingripa ett visst mått av oärlighet (Bryman 2011). Detta har vi tagit i beaktande i och med att en dold observation gjordes samt att vi enbart har gjort en övergripande observation där vi inte har hängt ut någon eller några individer, utan enbart koncentrerat oss på att få så bra materialet som möjligt till studien.

6. REDOVISNING AV INTERVJUER

6.1 Motiv till allmän aktivitet på sociala medier

Facebook, Instagram och snapchat är de mest använda sociala medier bland intervjupersonerna. Facebook används av samtliga deltagare. De flesta använder sig av sociala medier för att det är ett bra sätt att kommunicera med andra, speciellt bekanta och vänner som befinner sig i andra delar av landet eller runt om i världen. Många av de yngre deltagarna använder sig mer av Snapchat än Facebook för att kommunicera med sina vänner. Instagram används mest för att titta på andras inlägg som t.ex. vänner, bekanta, kändisar men även andra personer som de aldrig träffat.

“Alltså Facebook mest för att det är ett brett forum och man kan göra lite allt möjligt, skriva inlägg, hålla kontakten med vänner och familj och dylikt. Snapchat är väl mest för att det är kul och man kan skicka bilder och man kan ta del av andras vardag”. (IP 3, 19 år)

Förutom att använda Facebook som kommunikationsverktyg med bekanta och vänner hade några deltagare även annat syfte som t.ex. att dela med sig av sina politiska åsikter eller djurintresse m.m. och detta är för att deltagarna uppfattar Facebook som väldigt formbar vilket innebär att användaren kan forma den utifrån eget intresse.

“På Facebook kan jag dela mycket för jag är även vegetarian och jag kämpar för djurens rättigheter och detta brukar jag dela om jag hittar något intressant” (IP 7, 18 år)

“Facebook är ju väldigt man kan använda den på olika sätt som man själv vill man kan forma den väldigt mycket utifrån vad man själv är ute efter”. (IP 6, 21 år)

Vidare nämner deltagarna att deras aktivitet präglas av ren nyfikenhet om vad bekanta, vänner, kändisar och personer de inte känner lägger upp på deras sociala medier. Det ligger ett intresse hos deltagarna att följa och se vad andra gör. Tidsfördriv är även något samtliga deltagare tar upp när vi frågar dem om syftet med sociala medier. Att sysselsätta sig med något under dagen då tid finns för de medverkande var ständigt något som uppkom under intervjuerna då den största prioriteringen låg på att titta på nya uppdateringar på ens nyhetsflöde på sociala medier överhuvudtaget.

“Alltså det är som sagt ett tidsfördriv men det är som sagt intressant och se vad andra gör. Så man är intresserad och nyfiken av andra människor och vad de gör” (IP 10, 19 år).

Ett annat syfte som dök upp hos deltagarna som har barn i tioårsåldern och använder sig av sociala medier är att ha uppsikt på hur barnen använder sig av dessa sociala medier, då deltagarna har skapat konto för det syftet eller har barnens kontoinformation och har uppsikt via detta.

“Sen tycker jag att det är viktigt att som förälder att man har koll på sina barn för att mina barn kan också vara elaka på nätet så det är därför jag har alltid haft deras lösen till deras facebook och instagram för att gå in och kolla så att de inte utsätter någon för mobbning eller att de blir utsatta för mobbning och inte berättar det för någon eller för mig”. (IP 1, 41 år)

6.2 Bakgrund till medlemskap i tjejgruppen

Samtliga deltagare har kommit i kontakt med tjejgruppen via vänner, antingen har de blivit direkt bjudna in i gruppen eller så har de blivit tipsade om gruppen. Medlemskapets längd hos respondenterna varierade allt från 1–3 år. Det som får vissa deltagare att stanna kvar i gruppen är att de tycker att det är roligt och intressant att läsa om vad andra skriver och lägger upp om sina liv. En annan anledning är att de kan få tips beroende på vilket intresse de innehar tex. matlagning, skönhet, mammatips etc. vissa var även medlemmar i andra grupper av olika typer som politiska, religiösa, mat och bak grupper etc.

“Alltså när jag gick med där, det var typ för tre år sen det var mina kompisar som sa att det finns en grupp på Facebook bla bla bla och folk är alltså det är typ så här skitroligt och läsa inläggen och jag tänkte okej varför inte och sen så har jag varit fast här”. (IP 3, 19 år)

“Jag är medlem för att jag blev inbjuden och sen tyckte jag att det är kul och att det kan vara intressant att vara med i en grupp med bara tjejer där tjejer kan diskutera problem som kanske är just för oss tjejer”. (IP 2, 26 år)

6.3 Aktiviteten i tjejgruppen bland respondenterna

Aktiviteten i tjejgruppen bland intervjupersonerna kunde variera allt från att vara endast en observatör eller kommentera på andras inlägg samt att göra egna inlägg. Merparten var mer observatörer vilket innebär att de var mer passiva, gjorde inga egna inlägg. Deras intresse bottnade i att titta på vad andra gör och delar med sig i gruppen. Deltagarna som kommenterade eller gjorde egna inlägg i gruppen gjorde det för att antingen få hjälp eller tips om något som var till intresse. Detta kunde exempelvis vara smink eller matlagningstips. Förutom dessa inläggen så kunde enstaka deltagare även göra några politiska inlägg för lyfta fram vissa frågor och genom det skapa nyfikenhet och intresse bland medlemmarna i gruppen.

En av de yngre respondenterna som lägger ut politiska inlägg i gruppen säger följande:

“För att det är många medlemmar, så jag hoppas på att många ser det. Man kan uppa inlägget också, det måste man göra så att det inte försvinner mellan alla andra i och med att det är många inlägg som görs”. (IP 6, 21 år)

En av de äldre respondenterna som inte gör några inlägg alls och är endast en observatör säger följande:

“Ja jag tittar mer och resonerar mer om det jag vet inte varför, det har inte med saken att göra men jag vill ändå bara se hur folk tänker och vilka värderingar vissa människor har och vissa människor har inga värderingar alls”. (IP 9, 32 år)

Det finns en skillnad på hur de äldre respektive de yngre observerande intervjupersonerna resonerar kring observerandet i tjejgruppen. Det finns en tydlig bild på att de äldre observerar inläggen mer på ett analytiskt sätt. Detta innebär att de äldre försöker bilda en uppfattning om olika beteendemönster och agerande utifrån andras inlägg och kommentarer. De yngre intervjupersonerna söker mer efter underhållning i dessa inlägg. Skillnaden här är att de yngre inte söker efter bakgrunden och kunskapen bakom dessa inlägg som görs av medlemmarna i gruppen, utan istället mer eller mindre söker efter underhållningen, det vill säga efter det roliga enligt dem, som händer i gruppen.

En av de yngre respondenter svarar följande på en fråga om aktiviteten i gruppen:

“Alltså jag brukat inte skriva så ofta i gruppen alltså jag brukar mest kolla efter drama och bara se typ oj typ varför blev de så sura. De är jättedramatiska i gruppen så jag brukar typ titta och läsa lite nyheter och sånt”. (IP 4, 19 år)

Även aktiviteten i allmänhet kunde variera beroende på vad man har för sysselsättning. En del av intervjupersonerna hade precis fått barn och var föräldralediga från sina tjänster andra hade ett flexibelt arbete vilket resulterade i att de hade mer tid i att gå in och titta på vad som händer i gruppen. Samtliga deltagare hade tillgång till gruppens aktivitet på det egna nyhetsflödet så inläggen som gjordes av medlemmarna visades på deras egna startsida, undantag var en av intervjupersonerna som hade stängt av denna funktion och istället gick in aktivt i gruppen för att se inläggen någon gång i månaden.

“Fast jag har stängt av notiserna från gruppen så jag tittar någon gång i månaden”. (IP 7, 18 år)

“Jag menar jobbet går alltid först och sen kan det komma dötid på 3–4 timmar och då brukar jag sitta”. (IP 1, 41 år)

6.4 Relationen till medlemmarna i tjejgruppen

Flera angav att de inte hade någon speciell relation till medlemmarna i tjejgruppen, förutom de vänner som de kände sedan tidigare. Samtliga hade vänner och bekanta som också är medlemmar i gruppen. De som ansåg att de hade en relation till andra tjejerna i gruppen beskrev den relationen som väldigt formell. Denna formaliteten beskrevs genom att man inte skapade nya relationer, utan bara gav svar på olika frågor som man hade kunskap inom. Förutom det så har deltagarna inte vidare utvecklat någon ny bekantskap med någon av medlemmarna och istället förhållit sig till den bekantskapen som redan finns. Relationen här kan kopplas ihop med integriteten som deltagarna fokuserade på genom att poängtera att ingen visste vem de var. Detta bottnade i att de flesta intervjupersonerna inte ville göra några inlägg och speciellt inget som handlade om deras privata liv. Typen av inläggen som lades upp av deltagarna fokuserade mer på allmänna händelser och situationer exempelvis politiska budskap och kostrådgivning.

“Ja fast de kompisar jag har vi är inte så aktiva vi kollar mest för att jag inte tycker om att komma i argumentationer och jag tycker de är väldigt utbildade i många ämnen. När jag kommer med argument så det blir det mer personligt istället för formellt och det tycker inte jag om, för jag vill inte ha personliga argument om t.ex. Smink man ska inte testa detta på djur tycker jag och jag har mina argument om det men om jag möter en person som har personliga argument om detta så tycker jag inte att det funkar”. (IP7, 18 år)

“Jag känner att det är ganska stor grupp många människor och jag är inte en som vill dela med mig till så många”. (IP 10, 19 år)

6.5 Betydelsen av kommentarer och “likes” på inläggen i tjejgruppen

Samtliga intervjupersoner tror att det är viktigt med kommentarer och “likes” på inläggen, (like är när en gillar ett inlägg genom att klicka på tummen upp) vissa tyckte inte att det är viktigt för dem personligen men de var övertygade att det var en viktig faktor för många andra. Det finns en tendens att värdesätta kommentarerna och “likes” högre bland de yngre deltagarna. De äldre deltagarna däremot värdesätter mer konkreta kommentarer som kanske kan hjälpa dem vidare i frågan beroende på vad de lägger ut i gruppen, “likesen” däremot var enbart något plus i kanten men det fanns ingen strävan efter det. Strävan efter kommentarer och “likes” förklarades på olika sätt. Ju mer kommentarer och “likes” ett inlägg har desto mer syns den hos de andra medlemmarna. Syftet spelade en avgörande roll bland de yngre respondenterna utifrån kommentarer och “likes”. Exempelvis är det en bild som läggs ut så var det viktigare med kommentarer och “likes” från andra i gruppen eftersom det visar att andra har sett och tagit del av bilden samt även accepterat och bekräftat den.

Här är några svar från de yngre respondenterna om hur viktigt det är med kommentarer och “likes” i tjejgruppen:

“Ja, man vill visa att man har syntts att folk har sett att man finns där och att det handlar om att man blir bekräftad där alltså på sociala medier också”. (IP 5, 18 år)

“Om jag hade lagt upp i tjejgruppen så hade jag inte lagt upp för att få likes utan jag hade lagt upp för att jag vill prata om någonting viktigt eller jag kanske vill visa vad jag har gjort och fråga dem om tips eller resmål eller någonting och då handlar det inte om liksen och kommentarerna för mig... Jag tror att sociala medier påverkar människor jättemycket. Jag kan ju se det på de hur jag är som person och hur de är som person de lägger ut timmar på t.ex. Deras bild som de ska lägga upp på instagram medan jag bara ja den är bra och skriver en liten text typ en solstråle emoji och bara lägger upp det, medan de ska redigera och de ska komma på citat att skriva för att de ska få inte mer likes men att de inte ska få lite likes att de behöver ta bort bilden medan jag inte bryr mig ”. (IP 4, 19 år)

“Alltså ärligt ja, det beror mycket på att samhället har liksom byggt upp det såhär och visar att det är viktigt med många likes och kommentarer”. (IP 10, 19 år)

Här är ett svar från de äldre respondenterna om hur viktigt det är med kommentarer och “likes” i tjejgruppen:

“Alltså när någon likar jag har ju bilder på min son som precis har börjat gå och det kan hända att jag lägger upp bilder på min son och då brukar jag få mycket likes och då blir man ju rätt glad med kommentarer med så söt han är m.m. men jag bryr mig annars inte så mycket, jag är inte sån här ehheh ingen likade”. (IP 8, 38 år)

Det förekom någon sorts jämförelse på kommentarerna och “likes” bland några av de yngre respondenterna båda på egna men även andras inlägg. När det gäller aktiviteten på andras inlägg så var det inläggen som var den avgörande faktorn ifall intervjupersonerna gav sina likes eller kommentarer. Men det fanns ändå en tendens bland de yngre deltagarna att vara mer aktiva på vänner och bekantas inlägg oavsett innehållet.

“Alltså man har ofta en tendens att så fort det är en kompis så kanske man bryr sig lite mer när det är närstående och man kanske vill höja den personen lite mer än vad man hade gjort med en främling, det kanske är fel i sig men det är naturligt. Ja jag har ofta en tendens att är det en kompis som har gjort inlägg så är man lite extra hjälpsam”. (IP 3, 19 år)

“Innan gjorde jag men jag försöker att inte göra det men man tittar ju på andra och kollar på sin egen så kanske man kan få lite negativa tankar faktiskt men man kan ju inte ha samma”. (IP 7, 18 år)

6.6 Framställningen av sig själv och andra i tjejgruppen

Intervjupersonerna antyder att de framställer sig själva på samma sätt i tjejgruppen som de skulle ha gjort i verkligheten i en face to face relation. Dock gjordes det inlägg av deltagarna men dessa var mer allmänna och inte djupgående i deras privatliv. Det framgår tydligt att respondenterna inte vill dela med sig för mycket av sitt privata liv där integritet inte påverkas. På denna punkten var det ingen skillnad mellan äldre och yngre.

“Ja det gör jag, är man en person online så ska man vara samma person i verkligheten annars ska man inte yttra sig om nåt” (IP 7, 18 år)

“Jag tror mer av man är mer att man inte går så djupt ingående på vem man är på sociala medier särskilt i en så stor grupp...Ja man lämnar inte mycket ut om sig själv...en del är väldigt öppna där” (IP 5, 18 år)

Uppfattningen om hur andra framställer sig i tjejgruppen delade samtliga intervjupersoner samma åsikt och menade att andra medlemmar i tjejgruppen hade en tendens att framställa sig som en bättre och mer framgångsrik människa än vad de egentligen är i verkligheten. Många delade även samma åsikt om att många medlemmar vågar att uttala sig mer än vad de hade gjort i verkligheten vilket även kan resultera till mer elaka kommentarer samt mobbing. Åldern hade ingen betydelse på den frågan heller.

“Ibland kan jag känna det, liksom att många framställer sig bättre än vad de egentligen är” (IP 1, 41 år)

“Jag tror faktiskt att många vill hävda sig på nätet, det för och ge folk istället tänker man såhär, dessa människor kommer jag inte att träffa i verkliga livet eller få av dem och då framställer man sig som framgångsrik, smart och typ så här men kanske i det verkliga livet så ser det inte ut så men det är bara att man vill hävda sig. Och tjejer har ofta en tendens att man vill vara bättre än den andra men så har jag uppfattat det i alla fall” (IP 3, 19 år)

“Man blir mer tuffare man är bakom en skärm då vågar man uttrycka saker än vad man vågar säga framför en människa i verkligheten” (IP 9, 32 år)

6.7 Statusens betydelse i tjejgruppen

Samtliga deltagare uppfattar att det finns en strävan hos vissa medlemmar i gruppen att nå en högre status. Att ha hög status innebär att medlemmarna får mer kommentarer och "likes" på sina inlägg. Medlemmarna får sin status genom att synas mycket i gruppen via sina egna inlägg eller genom att vara aktiva på andras inlägg. Ingen av intervjupersonerna angav att de hade någon hög status eller strävan efter det i gruppen, vilket bottnar i att de inte var lika synliga och aktiva jämfört med de som innehar hög status.

"Ehh ja man ser speciellt om hon grundaren lägger upp någonting hon får betydligt mer likes och kommentarer än vad andra får. Det handlar om hur vilken plats du har tagit i gruppen och hur mycket du har hunnit visa vem du är och då är det mycket att man gillar inlägget och vilken person har lagt upp det" (IP 10, 19 år)

"Ja det tror jag, de som gör ofta som lägger ut där de brukar ofta ha ganska många svar för att folk känner igen att det är de som lägger ut inlägg som ofta är aktiva där, ja jag tycker att de båda har många likes och många svar" (IP 5, 18 år)

6.8 Påverkan på självbilden

Påverkan av självbilden hos respondenterna varierade beroende på åldern och förutsättningarna hos intervjupersonerna. Yngre som hade sämre förutsättningar, exempelvis dålig fosterfamilj, blev mer påverkade, men generellt fanns det en påverkan på de yngre av vad andra lägger ut och vilken respons de själva får på sina inlägg. Äldre intervjupersonerna hade däremot mer en analyserande roll. Men även de uppskattade positiva kommentarer och "likes" på sina inlägg, dock var det inget de tyckte hade någon direkt påverkan på deras självbild. Här märks en klar skillnad bland äldre och yngre intervjupersonerna.

Så här uttalade sig de yngre respondenterna om påverkan på sin egen självbild:

"När jag var yngre kan jag erkänna att det var viktigt för mig. Det bottnar i att jag bodde i en så dålig fosterfamilj så jag fick min bekräftelse via sociala medier". (IP 7, 18 år)

“Man börjar ifrågasätta sin bild förstår du, man ifrågasätter det man lagt upp men om man får mer likes så tycker man att bilden var skitfin. Likes grundar på vad man tror om bilden”.

(IP 10, 19 år)

Så här uttalade sig de äldre respondenterna om påverkan på sin egen självbild:

“Ja jag tycker att det är bra, men sen kan jag tycka att det är dåligt också för att det är mycket mobbning som förekommer också. Alltså hacka på varandra som är elaka och du vet så. Det kan bli sån sandlådenivå tycker jag”. (IP 1, 41 år)

“Nä faktiskt inte bara mer uppmärksam på hur människor är och vilken tid vi lever i och hur mycket facebook och allt annat påverkar våra liv och våra barn och hur vi får det senare i livet”. (IP 9, 32 år)

Samtliga intervjupersoner upplevde att andra medlemmar, även vänner och släktingar blir påverkade utifrån andras men även egna inlägg. Det finns en tendens att jämföra sig själv med andra medlemmar i gruppen som framställer sig på ett mer positivt sätt än sig själv. Som vi har nämnt tidigare så upplever deltagarna att det finns en strävan efter att få mer “likes” och kommentarer på sina inlägg vilket ger dem en högre status i gruppen, vilket vidare resulterar i en bättre självbild. Det kom även fram att när vissa medlemmar ber om råd om olika ämnen, så kunde detta leda till personliga påhopp där nedvärdering samt mobbning förekom. Även detta kan ha en påverkan på självbilden.

Så här uttalade sig respondenterna om påverkan på andra medlemmars självbild:

“Där fanns en tjej som behövde hjälp med att hennes kille slog henne och tjejerna var riktigt hemska, och kallade att hon var dum för att hon inte hade lämnat honom med mera. Jag menar det är inte lätt att lämna en kille som slår en, man tror ju man får ju den kärleken man förtjänar”. (IP 7, 18 år)

“De kanske känner sig mindre värda bara för att de inte har lika status så bryr dem andra sig inte lika mycket. Det är väl det de kommer att tänka på”. (IP 3, 19 år)

“Jag har sett att många av mina vänner är påverkade och släktingar”. (IP 8, 38 år)

6.9 Livsvärld

En del av respondenterna kände att de tog till sig mer än vad de trodde av andras inlägg. Det kunde exempelvis handla om kokosolja som en av medlemmarna i gruppen hänvisade till och skrev att den var bra för hårets utväxt och hållbarhet. En av respondenterna delade med sig om sina politiska åsikter och detta för att väcka ett intresse hos medlemmarna på ett ämne om hon själv tycker är viktigt. Denna påverkan kan kopplas genom Habermas systemvärld - livsvärld, som i detta fallet betyder att de respondenterna som blev påverkade, genom att prova nya produkter såsom kokosolja eller ta till sig politiska åsikter hamnar i personens systemvärld där den egna livsvärlden mer försvinner. Genom detta hämmas den egna åsikten samt värderingen och därmed övergår ens egna livsvärld till en systemvärld där andras värderingar och åsikter styr ens handlingar. Detta följdes av en del av intervjupersonerna som säger följande:

“Där finns ju vissa grejor som blir en jättegrej. Jag vet det var ett tag med kokosolja att det var ett tag med kokosolja att det är bra med kokosolja och så skulle alla börja handla det, man har ju då provat själv” (IP 10, 19 år).

“Nu är inte politik tillåtit egentligen men jag har försökt hitta lite kryphål, där man liksom inte uppmanar till diskussion utan helt enkelt bara konstaterar ett faktum” (IP 6, 21 år)

7. REDOVISNING AV OBSERVATION

I den netnografiska observationen som vi gjorde i tjejgruppen kunde vi se att det var mest yngre medlemmarna som stod för aktiviteten i gruppen. Typen av inlägg varierade men även kommentarer och ”likes” kunde variera stort. Vissa inlägg hade inte en enda kommentar eller ”likes” och andra kunde ha upp till hundratals ”likes” och lika många kommentarer. Några få inlägg hade även tusentals likes.

Många av inläggen handlar om att medlemmarna vill få tips om olika produkter, ämne och resmålstips. Medlemmarna kan även göra inlägg där de delar med sig och tipsar exempelvis om olika produkter som de själva har använt och är nöjda med.

En annan typ av inlägg som förekom var inlägg där medlemmarna hade problem med att välja bland antingen produkter, hårfärg eller helt enkelt en bild till deras profil på Facebook. Medlemmen som har det problemet lägger ut en bild med de olika valen och uppmanar de andra medlemmarna att hjälpa till med valet.

Här följer ett exempel på hur det kan se ut:

“Snälla har beslutsångest hjälp mig att välja vilka glasögon jag ska ha”

Ovanstående text följs då av bilder på medlemmen med de olika glasögonen som det ska väljas bland.

Vi har även sett att några av tjejerna som har en singel bror eller släkting, lägger ut en bild på personen och skriver en text till bilden där de vill hjälpa dem med att hitta en partner. Där kan de andra medlemmarna ”lika” bilden och fråga om olika saker angående killarna genom att kommentera.

Vidare handlade många inlägg om utseende, där medlemmarna lägger ut bilder som de själva har tagit på sig själv, en så kallad “selfie”. Dessa inlägg kallas för selfietråd, medlemmen som lägger ut den tråden uppmanar de andra medlemmarna att också lägga ut egna “selfies” på samma tråd. När vi tittar på kommentarerna och ”likes” i dessa trådar ser vi att några bilder har fått många ”likes” och positiva kommentarer medan andra bilder har varken fått ”likes” eller kommentarer. En annan tråd som är vanligt förekommande i gruppen är “Vem liknar jag tråden”, medlemmen lägger upp en bild på sig själv där de andra i gruppen ska kommentera vem personen liknar av kändisarna. I samma tråd kan andra lägga bilder på sig själv för att även de vill veta vem de liknar.

Några medlemmar efterfrågar fler ”likes” på sin profilbild eller fler följare på sociala medier.

Så kan det se ut på dessa inlägg:

“Detta är mitt instagramkonto, jag följer tillbaka alla som följer mig”

Att dela olika länkar är också något vanligt förekommande i gruppen, länkarna kan handla om t.ex. en bra låt som medlemmen vill dela med sig eller om någon händelse som de vill uppmärksamma.

Vissa av tjejerna som har en partner delar gärna med sig bilder på sig själva tillsammans med sin partner. Texten på dessa inlägg kan se olika ut, det kan handla om att de firar hur länge de har varit ihop, eller att medlemmen vill bara dela med sig om sin lycka.

I gruppen kan medlemmarna även direktsända (att sända live video via telefonens eller datorns kamera) om olika ämne. Vi har sett några direktsändningar som handlar om skönhet. Medlemmen är hemma och sminkar sig och vill dela med sig av detta till de andra i gruppen. Medan medlemmen sminkar sig kan andra i gruppen ställa frågor genom att kommentera och då svarar den som direktsänder på dessa frågor i sin direktsändning.

8. RESULTAT OCH ANALYS

Syftet här är att sammanfatta all information vi har fått in till ett resultat som svarar på våra frågeställningar och även jämföra resultatet med tidigare forskning. Resultaten vi hämtade från intervjuerna svarar inte för alla medlemmar i gruppen med tanke på att deltagarna som ställde upp på intervjuerna inte var de mest aktiva i gruppen, många av intervjupersonerna var mest observatörer vilket innebär att de inte gjorde många egna inlägg utan mer observerade det som händer i gruppen. Svaren från våra tio intervjupersoner var relativt lika med lite skillnad beroende på åldern vilket påvisar att de ser på fenomenet på ett liknande sätt.

Facebook används av samtliga intervjupersoner, med tanke på att de kan forma användandet av den utifrån sina egna intresse. De yngre deltagarna använde sig mer av snapchat än facebook för att kommunicera med sina vänner. Sociala medier är ett sätt för dem att få inblick på hur bekanta, vänner och kändisar men även folk de inte känner lever och har det. Samtidigt verkar det även vara tidsfördriv på t.ex. arbetsplatsen när det är för lite att göra eller när det är allmänt tråkigt. Goffman (2009) skriver om *inramningen* som är en del av ett *framträdande* och är en sorts *ustrustning* som är platsbunden. Individens *framträder* men måste ta sig till platsen för att kunna göra sitt framträdande. *Framträdandet* avslutas så fort individen har lämnat platsen. Facebook här kan ses som en *inramning* med tanke på att facebook-användaren måste aktivt gå in på sin egen sida för att göra sina inlägg i form av bilder, filmer eller dela texter, vilket innebär att Facebook är platsbunden. Individens gör en framställning av sig själv genom att själv välja vad som ska visas till andra. Interaktionen idag ser annorlunda ut än vad den gjorde förr, sociala medier har fått en mycket stor roll i hur människor skapar sin självpresentation och hur de framställer sig själva via den. Enligt Johansson (2002) är människan är inte längre beroende av en fysisk eller ett materiellt rum, den medialiserade världen är en ny förutsättningen för individen att skapa sig själv via den.

Samtliga respondenter fick höra om gruppen via vänner och har varit medlemmar från 1–3 år. Det som håller intervjupersonerna kvar i gruppen som medlemmar, är att de tycker att den är rolig, underhållande och intressant. Med tanke på att gruppen har många medlemmar så läggs det ut olika sorters inlägg allt från tips om olika ämne till att medlemmarna delar med sig av sina bilder och ibland av sina problem. Ingen av intervjupersonerna var mycket aktiva i gruppen. Deras roll handlade mer om att observera, och när de gjorde någon aktivitet i gruppen så handlade detta om att dela med sig av sina värderingar eller att få råd om något specifikt

ämne. Att framhäva sig i gruppen var inget syfte som intervjupersonerna strävade efter. Samhörigheten mellan intervjupersonerna och andra tjejerna i gruppen saknades, vilket innebär att de vill hålla sin integritet och helst vilja vara anonyma. Detta är en anledning att de inte gjorde egna inlägg och var mer som observatörer i gruppen. Rädsla av att bli uthängd och mobbning var en annan anledning. Vi blev lite förvånade att alla våra deltagare visade sig vara observatörer, vi hade väntat oss att många skulle vara mer aktiva. Detta kan tyda på att många av medlemmarna i den gruppen är mer som observatörer och att det är ett fåtal medlemmar som är aktiva. I vår observation kunde vi se att många av inläggen hade väldigt lite antal likes och kommentarer, vilket förstärker denna bild som vi har fått om att medlemmarna är där mer för att observera än att agera. Detta kan vi koppla till Meads (1995) *spegeljaget* där han skriver att jaget påverkas och utvecklas av hur andra ser på en kan vi förstå att det finns en rädsla hos respondenterna som hindrar dem från att dela med sig om sina åsikter och om sitt liv i gruppen. Detta kan även kopplas till Goffmans (2009) teori om det *Dramaturgiska perspektiv* där han skriver om en *frontstage* och *backstage*. *Frontstage* här kan vara gruppen, genom att vara aktiv och dela med sig om sitt liv så gör medlemmen ett *framträdande*. *Backstage* är där medlemmen befinner sig fysiskt och kan t.ex. vara deras eget hem, där de kan känna sig trygga och vara sig själva. Våra deltagare väljer att hålla sig *backstage* och gör ingen framställning *frontstage*. Detta kan bero på att de inte känner sig trygga för att kunna dela med sig om sitt liv och tar en sorts skydd för att inte skada sin egen självbild.

Bekräftelsen på inläggen i form av kommentarer och "likes" värderades olika beroende på åldern. De yngre värdesätter det högre än de äldre, men även de äldre kunde tycka att det är något roligt om deras inlägg skulle få många likes eller positiva kommentarer. Samtliga intervjupersoner var överens om att kommentarer och "likes" var en viktig faktor för många andra i gruppen. Genom observationen kunde vi se att kommentarerna och "liksen" värderades högt i gruppen och detta såg vi mycket tydligt när medlemmarna själva kommenterade sina egna inlägg för att få dem att hamna högre upp på gruppflödet. Detta tyder på att det är viktigt för dem att deras inlägg syns hos de andra medlemmarna. En anledning kan vara att ju mer kommentarer och "likes" inlägget har desto mer syns den hos de andra medlemmarna. Nilsson (2015) skriver att bekräftelse i gruppen är ett av ett antal psykologiska behov som medlemmen vill ha när de blir en del av en grupp. Utifrån Nilsson kan vi förstå att det finns ett behov av bekräftelse som medlemmarna strävar efter.

Framställningen bland deltagarna var väldigt likartad, där ingen av respondenterna svarade att de inte skulle framställa sig på något annat sätt än vad de är i verkligheten. Samtidigt var det ingen som delade med sig mycket av sitt liv eller personlighet, men gjordes detta förhöll det sig på en ytlig nivå. Utifrån andras framställning i gruppen var intervjupersonerna överens om att många inlägg och kommentarer inte stämde överens med verkligheten. Behovet av att framställa sig som en bättre person präglas i många medlemmars inlägg, säger de. Det var svårt genom en observation på en vecka att se ifall framställningen som medlemmarna gjorde om sig själva i gruppen överensstämmer med det verkliga livet. I Goffmans (2009) teori om *framträdandet* delar han upp *framträdandet* i två delar, ett *cyniskt* och ett *uppriktigt framträdande*. Det *cyniska* är när en individ inte tror på sitt eget agerande och det *uppriktiga* är när individen tror på sin framställning. Genom att individen har ett *cyniskt* agerande så lurar den publiken. Detta kan bero på att individen tror att det är för publikens eget bästa eller för samhällets bästa. Det verkar som att intervjupersonerna tror på att många i gruppen försöker framställa sig till någon de inte är eller kanske bara ge en förbättrad bild av verkligheten. En anledning till varför medlemmarna uppfattas som *cyniska* kan bottna i att individerna har en sämre självbild och genom den framställningen som de gör om sig själva och bekräftelsen de får av medlemmarna i gruppen får de en bättre självbild om sig själv.

Deltagarna strävade inte efter status, men de var medvetna om att det kunde vara viktigt för andra medlemmar. Intervjupersonerna såg i stora drag vilka som ville ha mer status och vilka som inte strävade efter det. De som ville ha mer uppmärksamhet delade i större utsträckning med sig av personliga frågor samt åsikter vilket på så sätt skulle skapa en diskussion. Nilsson (2015) skriver att status påverkar *självbilden* hos individen, detta har sin grund i att personer med högre status uppskattas mer och får mer tolerans av andra. Respondenterna menade att många medlemmar i gruppen hade denna typen av ambition att uppnå en högre status i gruppen. Varför inte någondera av intervjupersonerna erhöll denna uppmärksamhet samt status berodde mycket på att ingen hade detta som mål. I observationen märkte vi inte direkt att medlemmarna i gruppen fick mer likes eller kommentarer utifrån en viss status som de har förvärvat. Exempelvis, en av skaparna till tjejgruppen hade lagt ut ett inlägg i gruppen men återfick inte många likes eller kommentarer trots att hon både är en av skaparna samt administratör i gruppen. Det här skiljer sig ifrån vad respondenterna berättade för oss. Deras uppfattning är att många i gruppen får en hög andel kommentarer och likes på grund av deras status men detta kunde vi inte se. Att administratören inte fick så mycket uppmärksamhet i den graden som man tror kan även bero på att medlemmarna inte hade lagt märke till inlägget med tanke på att det

är ett hundratals inlägg som görs varje dag. Däremot kunde vi lägga märke till att en del av medlemmarna strävade efter att få mer uppmärksamhet på sina inlägg och detta kan vidare botten i att många vill bli igenkända och få en viss position i gruppen vilket då leder till en högre status.

När det kommer till påverkan av självbilden inom gruppen fanns det en klar skillnad mellan intervjupersonerna. De yngre hade en tendens till att bli mer påverkade utifrån hur många "likes" eller kommenterade deras inlägg, medan de äldre inte alls hade den uppfattningen. De äldre av respondenterna hade primärt en mer analyserande utgångspunkt av vad andra lade ut för nåt i gruppen men hade inte ambitionen att synas och få uppmärksamhet genom att få många "likes" eller kommentarer på sina inlägg. Vad som är viktigt att tillägga här är att de yngre som blev mest påverkade var de som hade haft lite andra förutsättningar i livet, exempelvis uppfostrad i en dålig fosterfamilj. Här blev påverkan väldigt stark i och med att uppmärksamheten saknades i de tidigare åren i livet vilket resulterade i en svagare självbild som botten i att man sökte respons och bekräftelse bland sociala medier. Däremot upplevde samtliga intervjupersoner att andra medlemmar, både vänner samt släktingar blir påverkade utifrån andras men även egna inlägg. Det fanns en tendens att vänner, släktingar jämförde sig med andra medlemmar som framställde sig, om inte bättre, mer positivt vilket skapade en påverkan av självbilden. Respondenterna sa även att andra blir påverkade genom att det förekom en del mobbing i gruppen där vissa personer sökte efter exempelvis hjälp men fick genom detta mer kritik och påhopp än hjälp. Hawi och Samaha (2017) skriver att ju mer individen använder sig av sociala desto mer botten det ofta i låg självbild. I deras studie som gjordes på universitetet Notre Dam i Libanon, visades just detta resultatet sig som tidigare nämnt. Vad som även visades var personer med bättre självbild använde sig mindre av sociala medier. Däremot individer med sämre självbild hade en mycket högre aktivitet på sociala medier än de med bättre självbild. Detta var främst för att framhäva sig på ett sådant sätt där vederbörande kunde skapa en annan bättre bild än vad individen har i verkligheten. Detta bekräftas även i vår studie utifrån vad de yngre som har haft sämre förutsättningar i livet berättade för oss om hur de sökte bekräftelse via sociala medier.

Utifrån observation kunde vi se att många ville ge en idealiserad bild av sig själva och om deras liv och relationer. Detta såg vi både när det gjordes egna inlägg men även när medlemmarna kommenterade andras inlägg. Många inlägg handlade om att medlemmen hade den bästa partnern eller den bästa bilen där de ville på så sätt visa hur bra deras liv är. Detta skapar en påverkan av självbilden där många medlemmar jämför sig själva och sitt eget liv med de andra medlemmarna i gruppen. Detta kan vi förstå utifrån vad respondenterna har berättat om sina vänner och bekanta som många gånger jämför sig själva med andras inlägg. Festingers beskriver i sin *jämförelseteori* där han skriver att människan strävar hela tiden uppåt i sina jämförelser för att få en värdering på sig själv. För att den här jämförelse ska vara relevant ska individen välja individer som ligger nära sig själva i beteende att jämföra sig själva med (Karlsson, L. 2017). Den här jämförelsen som medlemmarna gör i gruppen kan aldrig vara rättvis, eftersom de inte har någon bakgrund eller tidigare fakta om den som jämförelsen sker med. En sådan jämförelse hade varit mer rättvis på en ansikte mot ansikte- interaktion eftersom individen i frågan som interaktionen ska ske med är fysiskt närvarande vilket underlättar för mottagaren tolkningen av uttrycken som sänds via den. Detta påvisas även i Perssons (2012) studie, där han påpekar att individen bakom skärmen kan styra sin egen självpresentation så att den passar för ändamålet. Detta är för att via sociala medier så sker en mycket smalare överföring av informationen som individen sänder ut.

Påverkan kunde även visa sig genom att intervjupersonerna konsumerade olika produkter, exempelvis kokosolja som många medlemmar i gruppen påstod skulle vara nyttigt samt ha en positiv effekt för håret. En av intervjupersonerna delade med sig mycket av sina politiska åsikter och detta för att kunna få uppmärksamhet och väcka ett intresse hos de andra medlemmarna. Även detta är en indirekt påverkan som respondenten försöker göra på medlemmarna i gruppen. *Livsvärlden* där den fria egna åsikten och värderingen finns påverkades här utav andra medlemmar vilket menas med att påverkan att inhandla olika produkter blir en *systemvärld* istället för livsvärld där andras åsikter och värderingar prioriteras istället för sina egna. Åsikter som påverkades gällde inte enbart produkter, utan även politiska inslag förekom. Detta bekräftas av Habermas (1990) där han belyser hur *systemvärlden* påverkar individen, exempelvis genom av vad andra tycker att individen i fråga ska prova och inköpa i form av kläder, hårprodukter, blir nästintill ett tvång. Människor handlar alltså inte utifrån en personlig övertygelse utan på grund av att man är tvungen. *Livsvärlden* blir här rationaliserad och mer bortplockad av *systemvärlden* och därav skapas en större påverkan av andras uppfattning. Detta

resultatet stöds av Morimoto och Freidland (2011) som skriver att digitala medier mer påverkar hur vi ska anpassa oss till samhället. Exempelvis kan det handla om vilka kläder som individen ska ha, vilken mat som ska ätas samt vilka produkter som ska inköpas. Tjejgruppen som vi har tittat på har över 130 tusen medlemmar och varje dag laddas det upp nya flöden samt händelser. Betydelsen för det här kan skapa både en orientering bland tips och råd men även påverka att testa nya saker som kanske inte har varit det primära från första början. Uppladdningar av exempelvis nya tröjor, smink och diverse produkter leder ofta till många likes och kommentarer vilket undermedvetet kan påtrycka att individen måste inhandla en eller fler produkter som andra medlemmar har lagt ut. Resultatet av detta skapar en försvagad *livsvärld*, där de andra medlemmarnas *livsvärld* blir till en *systemvärld* för den andra individen. Även i observationen kunde vi se att många medlemmar mer eller mindre sökte efter andras åsikter genom att lägga ut frågor om diverse saker, exempelvis vilka glasögon som ska inköpas. Det fanns även många inlägg och direktsändningar där medlemmar försökte påverka andra utifrån deras egna upplevelse, om vad de själva tyckte om produkten. Det behöver inte enbart handla om produkter, utan det kunde även inkludera politiska åsikter, filmer, musik, resmål etc.

Genom våra intervjuer kan vi se att det finns en skillnad i hur respondenterna reflekterar över olika inlägg och det som händer i gruppen utifrån deras ålder. De äldre berättade om det som hände i gruppen via ett analyserande synsätt, medan de yngre var mindre analytiska och utgick enbart från det de kunde se från ytan. Vid observationen kunde vi inte lägga märke till detta med tanke på att det var svårt att få en fördjupad förståelse av känslorna när man sitter bakom en datorskärm samt i och med den korta tiden som vi genomförde observationen på blev det svårt att uppnå denna förståelse. Eftersom gruppen innefattar tusentals medlemmar så görs det många inlägg varje dag av de olika medlemmarna. Dessa inlägg kan handla om olika saker som sänder en hel del information till mottagaren som i det här fallet är gruppmedlemmarna där många av dem är yngre tjejer. Enligt Giddens (2002) fattar människan många små beslut varje dag och dessa beslut fattas utifrån individens egna uppfattningar, men i ett modernt samhälle där människan ständigt får ny information och ny kunskap påverkas den egna uppfattningen om den sociala världen. Således är det viktigt att individen är på sin vakt och granskar informationen den får in och inte gör den till sin egen sanning. Johansson (2002) skriver om den *utopiska reflexiviteten* där tankar om alternativa livsstilar och levnadssätt föds. Detta görs genom att rikta kritik mot samhället, den här typen av *reflexivitet* pekar framåt mot ett förändrat samhälle. Här handlar det inte om att reproducera det som redan är utan att skapa alternativa

visioner. Med detta menar vi att det är viktigt att vara kritisk till den informationen som är tillgänglig i gruppen, speciellt med tanke på att det finns många av medlemmarna är unga tjejer samt att det saknas åldersgräns.

Utifrån resultatet och analysen så kunde vi få följande svar på våra frågeställningar som var följande:

1. Hur framställer medlemmarna sig själva i tjejgruppen på facebook?

Deltagarna som vi intervjuade ansåg sig själva inte vara så aktiva i gruppen, vilket inte resulterade i någon bild i hur de själva framställer sig i gruppen. Däremot utifrån deras berättelser om vad de själva upplevde i gruppen och vad vi kunde se i vår observation kan vi förstå att det finns en tendens hos medlemmarna att göra en förbättrad framställning av sig själva. Detta genom att försöka ge en idealiserad bild om hur bra de har det samt hur framgångsrika de är.

2. Vad har denna framställning för påverkan på självbilden hos medlemmarna i tjejgruppen på facebook?

Framställningen som gjordes i tjejgruppen påverkade medlemmarna på olika sätt beroende på åldern. De yngre hade mindre analyserande samt reflexivt tänkande. Medan de äldre mer gick åt ett analyserade synsätt och uppfattades inte bli påverkade i deras självbild, men ändå så framkom det att det finns en jämförelse som sker och detta var oberoende på åldern.

9. REFLEKTION OCH FRAMTIDA FORSKNING

I det här avsnittet kommer vi att ge egna reflektioner om studien och vad som hade kunnat göras annorlunda och hur vi istället hade kunnat gå tillväga, för att kunna få ett mer generaliserbart resultat än det vi har fått i vår studie. Detta kan vara intressant för vidareutvecklingen och framtida forskning inom ämnet.

Något som förvånade oss efter att vi hade genomfört våra intervjuer var att alla våra deltagare enbart var observatörer vilket innebär att de gjorde ingen egen framställning i gruppen. Vi hade förväntat oss ett annorlunda urval på deltagarna, vilket vi tror hade gett oss en mer fördjupad förståelse om framställningen av medlemmarna i gruppen. Observationen genomfördes efter intervjuerna och detta gjordes för att få en bredare förståelse om fenomenet i och med att intervjuerna saknade den bredd som vi egentligen behövde. Detta kan bottna i att intervjufrågorna inte formulerades, framställdes utifrån det vi verkligen ville ta reda på, därav uteblev kanske den information som vi egentligen behövde. Under observationstiden märkte vi att inläggen hade för lite "likes" och kommentarer i jämförelse med storleken på gruppen och antal medlemmar. Detta kan peka åt att det flesta i gruppen har ändå mer en roll som observatörer vilket innebär att de mer iakttar det som händer och att de varken lägger ut inlägg eller kommenterar och "likar" andras inlägg. Det här kan förklara lite varför de flesta intervjupersonerna vi fick var endast också observatörer.

Det hade varit intressant i framtida forskning att påbörja studien med en längre observation i gruppen där man kan se vilka medlemmar som utmärker sig och är mest aktiva. Därefter väljs några av de mest aktiva för att delta i en intervju. Resultatet utifrån den här metoden att först observera och därefter välja ut respondenter efter hur aktiva de är till intervjuer hade kunnat göra att vi hade fått en djupare förståelse av studien.

REFERENSLISTA

Tryckta källor

- Ahrne, G & Svensson, P (2011). Kvalitativa metoder i samhällsvetenskapen. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Lund: Liber, ss. 11–15.
- Ahrne, G & Svensson, P (2011). Att designa ett kvalitativt forskningsprojekt. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Lund: Liber, ss. 27–28 & 30–31.
- Andersen, Heine & Kaspersen, Lars Bo (red.) (2007). *Klassisk och modern samhällsteori*. 3., [utvidgade och rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur
- Bryman, Alan (2011). *Samhällsvetenskapliga metoder*. 2., [rev.] uppl. Malmö: Liber
- Berg, M (2011). Netnografi. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Lund: Liber, ss. 118–123.
- Eriksen, Erik Oddvar (1999). *Kommunikativ handling og deliberativt demokrati: Jürgen Habermas' teori om politikk og samfunn*. Bergen: Fagbokforlaget
- Eriksson-Zetterquist, U & Ahrne, G (2011). Intervjuer. I Ahrne, G. & Svensson, P. (red.) *Handbok i kvalitativa metoder*. Lund: Liber, ss. 42 & 54–55.
- Giddens, Anthony (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos
- Goffman, Erving (2014). *Jaget och maskerna: en studie i vardagslivets dramatik*. 6. uppl. Stockholm: Studentlitteratur
- Johansson, Thomas (2002). *Bilder av självet: vardagslivets förändring i det senmoderna samhället*. Stockholm: Natur och kultur
- Karlsson, Lars (2017). *Psykologins grunder*. Sjätte upplagan Lund: Studentlitteratur
- Mead, George Herbert (1976). *Medvetandet, jaget och samhället: från socialbehavioristisk ståndpunkt*. Lund: Argos
- Nilsson, Björn (2015). *Socialpsykologi: teorier och tillämpning*. 1. uppl. Stockholm: Liber
- Rettberg, Jill Walker (2014). *Seeing ourselves through technology: how we use selfies, blogs and wearable devices to see and shape ourselves*. New York, NY: Palgrave Macmillan
- Reese-Schäfer, Walter (1998). *Jürgen Habermas: en introduktion*. Göteborg: Daidalos

Elektroniska källor

- A.Morimoto, S & A. Freidland, L. (2011). The Lifeworld of Youth in the Information Society. *Youth & Society*, 43(2), ss. 549–567. Doi: 10.1177/0044118X10383655
- Berger, E (2017). Här är gruppen där 97 000 kvinnor delar varandras liv. *SVT*, 12 februari. <https://www.svt.se/nyheter/inrikes/har-ar-gruppen-dar-97-000-kvinnor-delar-varandras-liv>
- Facebook (2018). *Our Mission*. <https://newsroom.fb.com/company-info/> [2018-03-25]
- Facebook Faq (2018). *Grupper på facebook*. http://www.facebook-faq.se/facebook_guide/facebook_guide_grupper.htm [2018-03-25]
- Honey & the bees. (2018, 26 mars). *Honey & the bees, beskrivning* [Facebook] Tillgänglig: <https://www.facebook.com/groups/578027939004940/>. [2018-03-26].
- Karlsson, M (2017). Svenskarna och internet 2017. *Dagensanalys*, 19 oktober. <https://www.dagensanalys.se/2017/10/svenskarna-och-internet-2017-har-ar-hela-rapporten/>
- Kırcaburun, K. (2016). Self-Esteem, daily Internet use and social media addiction as predictors of depression among Turkish adolescents. *Journal of Education and Practice*, 7(24), ISSN 222-288X
- Lagerwall, K (2016). Lina, 24, har skapat en mansfri zon på nätet. *Expressen*, 4 januari. <https://www.expressen.se/nyheter/lina-24-har-skapat-en-mansfri-zon-pa-natet/>
- Nationalencyklopedin (218) Kommunikation. I *Nationalencyklopedin*. Tillgänglig: <https://www.ne.se/uppslagsverk/encyklopedi/lang/kommunikation> [2018-03-29]
- Nyhetsmorgon TV4* (2016) [video]. ”Honey and the bees” hjälper unga tjejer på nätet. <https://www.youtube.com/watch?reload=9&v=eJp0vrpme9s> [2018-04-02]
- Persson, Anders (2012). Front – and backstage in social media. *Language and Society*, 1(2), ss. 11–30. ISSN: 2239-4192
- S.Hawi, N & Samaha, M. (2016). The Relations Among Social Media Addiction, Self-Esteem, and Life Satisfaction in University Students. *Social Science Computer Review*, ss.1–11. DOI: 10.1177/0894439316660340

BILAGA 1

Intervjuguide

Bakgrund om intervjupersonen

Kan du berätta lite om vem du är?

- Ålder, sysselsättning, fritidsintresse, familj etc.

Sociala medier - i allmänhet?

- Vilka sociala medier är du aktiv på? Varför har du valt just dessa att vara aktiv på?
- *Hur ofta och på vilket sätt är du aktiv i dessa grupper?*
 - Egna inlägg och bilder, chatt osv., aktivitet på andras inlägg (i så fall vart och vems), anledningen...
- Varför använder du dig av sociala medier?

Sociala grupper på facebook – specifikt om tjejgruppen

- Förutom tjejgruppen som du är medlem i vilka andra grupper också? Varför har du valt just de grupperna?
- Kan du berätta varför har du valt att vara medlem i just denna tjejgruppen? Hur länge har du varit medlem där? Hur kom du i kontakt med den gruppen?
- Vilken relation skulle du vilja säga att du har till de andra tjejerna i gruppen? (icke-bekanta, vänner, etc)
- Gör du några inlägg i gruppen? Varför i så fall? Om vad? Några frågor du är speciellt intresserad av?
- Kommenterar du andras inlägg i gruppen? Varför i så fall?

Tjejgruppens påverkan på självbilden

Betydelsen av Gillande – ogillande/ likes eller inte

- Hur viktigt är det med kommentarer och likar på inläggen (allas)?
- När du gör inlägg på i gruppen är det viktigt för dig om medlemmarna kommenterar och likar inlägget? Varför?
- Hur påverkar det dig om du inte skulle få tillräckligt med likes och kommentarer på ditt inlägg?
- Jämför du dina inlägg med andra som tex. Får mer kommentarer eller likes?
- När du själv likar eller kommenterar vad är det som får dig till att göra det? Är det vissa typer av inlägg som du är intresserad av eller är det vissa personers inlägg som spelar mer roll i ditt agerande?
- Hur framställer/ presenterar du dig själv i gruppen? Skulle du vilja säga att du framställer dig själv på samma sätt i gruppen som du gör i face- to face relationer? Skillnad?
- Brukar du tänka efter dina inlägg och kommentarer så att det passar in i gruppen?

- Tror du att det är någon skillnad på identiteten – vem hen är - som man har online i dessa sociala grupper och på – vem hen är - identiteten som man har i verkligheten?
- Om du skulle träffa medlemmarna som är med i gruppen i verkligheten istället tror du att du kommer att träffa samma personer som är online? Tror du att det finns någon skillnad?
- Får vissa personer mer likes eller kommentarer utifrån deras status i gruppen?
- Vad ser du som orsaken till att vissa fått en högre status i gruppen?
- Har din aktivitet och medverkan i denna grupp påverkat dig på något sätt? Hur?
- Vilken roll fyller denna grupp för dig?
- Är det detta fenomen något ni själva har reflekterat över?