



Linnéuniversitetet
Kalmar Växjö

Kandidatuppsats

Intrycksstyrning på Instagram

En kvalitativ undersökning



Författare: Leon Tu

Författare: Jacob Arvidsson

Handledare: Henrik

Hultman

Examinator: Ola Agevall

Termin: VT 22

Ämne: Sociologi

Kurskod: 2SO30E:3



Abstract

The aim of this study is to examine how university students at Linnaeus University choose to present themselves on the social media platform Instagram, and how they are affected by their other users. Our research questions are: How do university students present themselves on Instagram? How can these digital self-presentations be understood as impression management? And what are the rules that control our self-presentations on Instagram?

The study has a qualitative approach and semi structured interviews have been conducted. Our data are based on 10 different interviews with students at LNU about the use of Instagram, and how they chose to present themselves to their audience. Our work is based on three different theories such as Goffman's dramaturgical analysis of how they present themselves on social media, Festinger's social comparison theory of how they compare with one another and Jenkin's social identity theory helps us understand how they chose to identify themselves and their group of friends. These theories helped us to analyze our data and get a broader perspective on how we can present ourselves, and how we can be affected by others. The main findings showed that our participants were selective in how they chose to present themselves. They were aware of how they wanted to be presented in a positive manner that suited their self- image and identity. Other people's impression management such as friends or their peers could influence their behavior on Instagram. The feeling of maintaining a front was stronger than being a person that reflected the real "me" outside the digital world.

Keywords: Impression management, self- image, Instagram, identity, group opinion, performance

Nyckelord: Intrycksstyrning, självbild, Instagram, identitet, grupp åsikt, framträdande



Innehållsförteckning

1. Inledning	5
1.1 Bakgrund	5
1.2 Syfte	6
1.3 Frågeställningar	6
1.4 Tidigare forskning	6
1.4.1 Online jaget	7
1.4.2 Bakom online jaget	8
1.4.3 En andra chans	8
1.4.4 Online artefakter	10
1.4.5 Vi är vad vi publicerar	11
1.5 Kunskapslucka	12
2. Teori	12
2.1 Erving Goffman- Dramaturgiska perspektiv	13
2.2 Leon Festinger- The social comparison theory	17
2.3 Richard Jenkins- Social identitet	19
3. Metod	20
3.1 Etik	21
3.2 Urval	22
3.3 Intervjuer	25
3.4 Transkribering och kodning	27
4. Resultat	28
4.1 Kontrollen av online jaget	28
4.1.1 Det nya livet som universitetsstudent	30
4.2 Det här är jag	31
4.2.1 Sociala sammanhang	32
4.3 Godkända beteenden på Instagram	34
4.3.1 Normers påverkan på självpresentationer	36
4.3.2 Jämförande inom grupperna	37
4.4 Digital presentation	39
4.4.1 Första intryck	40
4.4.2 Karaktär	41
4.4.4 Framstå som autentisk	44
5. Slutsats	45
6. Diskussion	47
6.1.1 Självkritiska reflektioner	48
6.1.2 Nya tankar och idéer	49
6.2 Vidare forskning	49
Referenslista:	51
Bilaga 1: Informationsblad	54



Bilaga 2: Samtyckesblankett	55
Bilaga 3: Första intervjuguiden	56
Bilaga 4: Reviderad Intervjuguide	57



1. Inledning

1.1 Bakgrund

Sociala medier är bland det största fenomenet i vår tid som fortsätter att växa konstant. Idag är det 4,74 miljarder människor som använder sociala medier världen över, vilket motsvarar 59,3 % av världsbefolkningen (Kepios, 2022).

Sociala medier är en lättillgänglig funktion för de flesta av befolkningen och det är enkelt och väldigt populärt i dagens samhälle, framförallt bland unga. De största plattformarna som används mest frekvent idag är Snapchat, Youtube, Instagram, Facebook och Tiktok (Robinson, 2021). Det finns många olika sätt för att interagera med varandra som t.ex. video, kommentarsfält, "gilla-markeringar", chattfunktioner och samtal. Från en ung ålder när vi får vår första mobil blir vi konstant exponerad för olika sorters intrycksstyrningar, framförallt på Instagram som denna studie kommer vara fokuserad på.

De flesta som använder Instagram följer antingen en eller ett flertal kändisar/influencer som möter utseendeidealen, dvs att man är ung, snygg och följer samhällets normer för utseende, samt beteendenormer (Brown & Tiggemann, 2020, s. 190-191). Beroendet av sociala medier är ett växande problem, särskilt bland unga människor, då det ofta är de som använder ny teknik och därför förväntas vara den mest utsatta gruppen för eventuella negativa influenser av denna nya teknik (Shensa m.fl, 2017, s. 151). På grund av sociala mediernas framgång och tillväxt blir det ett ökande problem att den här närvaron tillkommer med potentiella negativa konsekvenser (Berryman m.fl, 2018, s. 4). I en artikel skriven av Rounsefell och hennes kollegor (2020) identifierade mönster där de kunde se att sociala medier uppmuntrar till jämförelser mellan användarna. Gruppen unga vuxna är de som gärna använder verktyg och appar för att förändra sitt utseende eller ta bilder från speciella vinklar för att gestalta en upplevd idealbild (Rounsefell, 2020, s. 36).

Med vår undersökning vill vi fokusera på Instagram som är en av världens mest ledande sociala media app (Forbes, 2022), där användarnas huvudsakliga syfte är att dela bilder med sina vänner eller följare. Därför blir Instagram som ett



undersökningsobjekt intressant att undersöka, för att sedan se hur just universitetsstudenter använder sig av intrycksstyrning som på Instagram. Finns det några kopplingar mellan normer och beteenden bland studenters användande av Instagram och kan man se det i deras egna framställningar av sina egna digitala självpresentationer?

Med hjälp av Goffmans dramaturgiska perspektiv (2014), Festingers social comparison theory (1954) och Jenkins social identity theory (2008) kan en mer omfattande redogörelse utformas kring hur universitetsstudenter framställer sina digitala självpresentationer på Instagram, och vilka normer som är okej att följa. Våra teorier kommer att hjälpa till med att undersöka vilka faktorer som kan påverkar deras självpresentationer på Instagram.

1.2 Syfte

Syftet med denna undersökning är att med inspiration av Erving Goffman förstå människors användning av Instagram som digitala självpresentationer. Vi intresserar oss utav universitetsstudenters användning av appen och hur det finns olika digitala regler som de måste förhålla sig till när de använder sig av intrycksstyrning. Vi vill också att studien ska bidra med förståelse om hur ett Instagram-konto går att förstå som en typ av intrycksstyrning och undersöka hur studenter använder appen som ett verktyg till att göra dessa digitala självpresentationer.

1.3 Frågeställningar

- *Hur framställer sig universitetsstudenter på Instagram?*
- *Hur går det att förstå dessa digitala självpresentationer som intrycksstyrning?*
- *Vilka regler är det som styr självpresentationer på Instagram?*

1.4 Tidigare forskning

Detta avsnitt presenterar en översikt av tidigare forskning som fokuserar på online-identiteter på sociala medier, artefakter, Instagram samt offline- och



online-jaget. Deras studier berör sociologiska områden inom sociala medier och i vissa fall använt Goffmans dramaturgiska perspektiv som utgångspunkt. Den tidigare forskningen ska ge en ökad förståelse om vilka problem, och upptäckter som andra forskare har gjort i sina undersökningar. Studierna som presenteras ska hjälper till att bättre förstå frågor som fortfarande är obesvarade, och blir ett ramverk för att begripliggöra hur universitetsstudenter på LNU framför sina digitala självpresentationer på Instagram.

1.4.1 Online-jaget

Vaast författade en artikel som fokuserade på online-identiteter. Denna studie fokuserade på Instagram och ville uppmärksamma vilka eller vem som befinner sig bakom användandet av applikationen. Vaast studerade individer närmare online och offline och menar att det kan finnas påhittade identiteter online på internet (Vaast, 2010, s. 334). Vaast tittade närmare på individer och hur de använde olika sociala plattformar för att undersöka hur de presenterade sig digitalt. Hon menar att en individ kan dölja oönskade egenskaper som individen inte vill ska synas på internet, och att det därför går att hitta på en identitet som inte behöver vara förankrad till verkligheten. Individen kan på detta sätt dölja de egenskaper individen inte gillar med sig själv offline och bygga en annan identitet online. Vidare menar Vaast att individen kan dölja så mycket av sin egen identitet online och att konsekvenserna av det kan vara svårt att upprätthålla det med identiteten offline (Vaast, 2010, s. 335-336).

Den här undersökningen hjälper oss att förstå komplexiteten i skillnaden mellan online-jaget kontra offline-jaget. Studien visar att individer på Instagram väljer att dölja oönskade egenskaper offline för att presentera sitt bästa jag till sina följare. Det studien fokuserar på är individer i generella termer och bidrar till att förstå ämnet, men det vår studier kommer göra är att undersöka det från ett sociologiskt perspektiv. Vi vill veta de tankesätten bakom individernas digitala självpresentationer och vilka influenser som styr dem i en mer fokuserad urvalsgrupp. Detta påvisande om hur användare på Instagram tänker ger oss en insikt om hur universitetsstudenters berättelser också bör komma till uttryck då



det är de som blir influerade av varandra på universitet, vilket därför behöver belysas.

1.4.2 Bakom online-jaget

En masteruppsats av Seehafer (2017) om Instagram, kom fram till att processen för presentation och intryckshantering är en kontinuerlig process som är sammankopplad och sammanflätad. Individerna är oförmögen att prestera utan att ta hänsyn till det intryck som detta kan ge andra personer. Hennes studie visar att individer kommer att använda bilder, filter och bildtexter som stödjer det önskade intrycket (Seehafer, 2017, s. 35). Till exempel kommer en individ att lägga upp en bild som visar att de ser så attraktiva och glada ut som möjligt, de förändrar sina bilder på ett sätt som gör att deras följare får se deras bättre sida. Instagram användare är medvetna om de jämförelser och bedömningar som förekommer på appen, som en konsekvens av detta gör de förändringar i deras självpresentation för att positivt påverka hur de ses av andra. Föreställningen kanske inte visar en individs självuppfattning, utan snarare vem de vill ses som (Seehafer, 2017, s. 36-37).

Även denna tidigare forskning har Instagram som studieobjekt. Seehafers studie bidrar till en ökad förståelse om hur individerna använder Instagram och hur de väljer att framställa sig själv. Med både Seehafer och Vaast studier kan vi se att Goffmans dramaturgiska perspektiv blir en relevant teori för vår studie. Båda studierna visar att det finns aspekter av Instagram som går att översätta till Goffmans teori om självframställning och självpresentation i en digitaliserad miljö. Deras studie visar att det finns olika faktorer som styr våra självpresentationer online men de gör det inte i sociologiska termer, vilket vår studie ska bidra med. Hur kan vi förstå den digitaliserade världen med hjälp av ett sociologiskt perspektiv?

1.4.3 En andra chans

I en undersökning av Bullingham och Vasconcelos (2013) så utgick dem ifrån Goffmans teoretiska studie om identitet och presentation av jaget. Deras



undersökning handlar om en exemplifiering och diskussion av Goffmans verk i en online kontext där Tv-spelet "Second Life" låg i fokus. Second Life utgår från att användarna skapar sina egna avatarer för att interagera med varandra då de själva får ändra deras utseende hur mycket de vill. De menar att den virtuella världen ger sina användare potentialen att utföra och presentera olika identiteter just på grund av att det finns ett avstånd mellan aktören och publiken, då de inte kan se varandra på "riktigt". Det blir enkelt för aktören att kunna dölja aspekter av offline jaget och därmed försköna online jaget istället (Bullingham & Vasconcelos, 2013, s. 1-2). Enligt Goffman skulle det här ses som en återspejling av en splittrad karaktär där jaget är delat, men Bullingham och Vasconcelos anser att nya identiteter inte skapas online, utan uppdelningen av jaget kan även " hittas" i vardaglig interaktion. Bullingham och Vasconcelos introducerade ett alternativt perspektiv som grundar sig i Goffmans teori genom begreppet – blandad identitet (Bullingham & Vasconcelos, 2013, s. 3). Bullingham och Vasconcelos menar att det här kan förstås genom Goffmans sociala fenomenet "ansikte". Goffman beskriver detta fenomen som att en individ förväntas "behålla ansiktet" genom att behålla det första intrycket som de har gjort på en publik för att leva upp till det. Deras idé är en snarlik konstruktion av ansiktet, men de använder sig av begreppet "mask" istället (Bullingham & Vasconcelos, 2013, s. 3). De menar när en individ bär på en mask kan hen framhäva vissa aspekter av sig själv i interaktion med andra. Individens blir inte någon annan när hen gör detta, utan bakom den slitna masken finns det sidor av samma individ (Bullingham & Vasconcelos, 2013, s. 11).

Bullingham och Vasconcelos analys på Tv-spelet Second Life genom Goffmans perspektiv blir relevant för oss att förstå den tidigare forskningen, huruvida andra forskare har använt Goffman ur ett online kontext. Second Life är ganska likt Instagram på de sättet att de självpresentationer vi gör har vi kontrollen över. Det visar att inom den digitaliserade världen oavsett vilken plattform vi använder vill vi framställa på ett sätt som presenterar vårt bästa jag, även om vår profil bara är en avatar i ett Tv-spel. De gör en intressant analys med Goffman som utgångspunkt och tar hans begrepp men gör om det för att anpassa till en



mer nyanserad analys och för att kontextualisera till en mer nutida utgångspunkt.

1.4.4 Online-artefakter

En undersökning av Tian undersökte Goffmans teori i en online-kontext. Tian tar upp att personuppgifter som hittas på sociala medier är "artefakter" på nätet som kommer från tidigare föreställningar och inlägg online. Hon menar att det inte är ovanligt att individer kontrollerar andras online-jag innan de möts fysiskt (Tian, 2017, s. 191). Genom att undersöka studenter som är födda och uppvuxna i Kina men som går på universitet i Hongkong kunde hon se hur sociala medier användes. Studenterna använde aktivt sociala medier för att få kontakt med andra, presenterar sig själva och upprätthåller identiteter. De interagerar ofta både online och offline med sina motsvarigheter på fastlandet vid samma universitet. Detta resulterar i betydande överlappning mellan deras online- och offline-nätverk (Tian, 2017, s. 191). Resultatet visar att studenterna tror att online-artefakter är mer exakta och autentiska representationer av andra än ledtrådar eftersom de representerar hur andra tidigare har betett sig, och dessa artefakter intygas av deras online kontakter. Dessutom görs personlig information som potentiellt döljs under verkliga interaktioner tillgängligt för interaktioner innan ett specifikt möte. Denna okroppsliga information från onlineplattformar ger dem en känsla av kontroll och minskad osäkerhet under ansikte mot ansikte interaktioner (Tian, 2017, s. 191). Undersökningen visar att online-artefakter är både positiva och negativa för ansikte mot ansikte interaktioner, om det antas att syftet med interaktioner är att individen ska prestera på ett sätt som är önskvärt för dem själva. Tillgängligheten av online-artefakter gör det möjligt att samla in mer information om andra, och minska osäkerheten och utöva mer kontroll under interaktionerna. Men det ökar också oklarheten om hur mycket personlig information som är tillgänglig för andra (Tian, 2017, s. 207). Hon fann även att den konstanta förändringen med sociala medier och online-artefakter påverkar hur våra interaktioner uppstår. Tidigare prestationer blir nu relevanta i nuvarande interpersonell interaktion



även i ett modernt samhälle där människor ofta interagerar med obekanta andra (Tian, 2017, s. 207-208).

Tians studie om online-artefakter är en intressant aspekt av den digitaliserade världen, genom att ta upp andra aspekter av online-jaget. I hennes studie visar hon att individer tittar igenom personens online-artefakter innan ett ansikte mot ansikte interaktion dvs, att de kollar upp tidigare inlägg om personen på sociala medier. Detta blir en viktig aspekt för vår studie då bilder på Instagram är något som uttrycker den digitala framställningen genom användarens bilder, stories eller taggade bilder. Det gör att andra användare kan kolla igenom deras online-artefakter, och i vissa fall kan det sträcka sig långt bak i tiden beroende på hur individen kontrollera sin profil. Våra online-artefakter skapar fördomar innan ett ansikte mot ansikte interaktion men på Instagram kan det även styra följare.

1.4.5 Vi är vad vi publicerar

I en artikel av Jensen Schau och Gilly så undersökte de hur online-presentationer fungerar och hur de använder sociala medier i skapandet av sin presentation. De kopplar även detta till konsumtion och hur vi konsumerar produkter i syfte att vi ska kunna visa upp dem online. Att köpa en resa för att publicera bilder från platsen eller använda nya kläder av ett känt märke på en bild. Detta menar Jensen Schau och Gilly är ett sätt att koppla ihop sig själva med platsen eller produkten och blir en grundläggande del i deras egna presentationer. Att koppla ihop sin identitet med sin konsumtion är ett fenomen som funnits länge men har fått en ny höjd med sociala medier då det blir ännu tydligare vilken av all konsumtion som någon vill bli förknippad med. Författarna hävdar att om en individ publicerar bilder när den är på dyra restauranger i Paris så kommer det bli en del av dennes person för andra människor, samma sak om det publiceras att de åker skidor i alperna, då adderas också något. Konsumtion och digitala presentationer hänger tätt ihop då det vi konsumerar blir som symboler i våra digitala framställningar. Artikeln utgår från Goffmans begrepp kring självpresentationer och identitet och hur konsumtion



tillsammans digitala publicering är med i skapandet av en identitet (Jensen Schau & Gilly, 2003, s. 386).

I vår uppsats så utgår vi från flera begrepp som även används i denna artikel när vi studerar digitala självpresentationer, men medans de lägger ett större fokus vi konsumtion och materiella ägodelar så lägger vi istället mer fokus på sociala regler samt hur det går förstå beteendet som intrycksstyrning. Artikeln är ett intressant komplement för vår undersökning då de undersöker beteende på digitala plattformar på en större skala och även kopplar in konsumtionsvanor.

1.5 Kunskapslucka

Forskningsöversikten belyser några av de problemen med sociala medier som existerar och hur lätt det är för oss individer att använda sociala medier på ett sätt som spelar till vår egen fördel i skapandet av vårt "online-jag". Deras forskning är baserad på en stor urvalsgrupp och studerar mer generella teman som utgår från olika samhällsproblem som sociala medier berör. Med vår undersökning vill vi undersöka mer specifika sociologiska problem som har med sociala medier och göra, specifikt Instagram. Vår undersökning kommer att inrikta sig på universitetsstudenter som använder Instagram frekvent. Hur tar det form och hur speglar deras självbild sig i deras digitala presentation? Finns det andra faktorer som kan påverka dem och hur ser den ut? Med vår målgrupp tror vi att det kommer ge en ökad förståelse på hur studenter på Linnéuniversitet agerar och tänker utifrån den intrycksstyrning som sker via Instagram och bidra med den sociologiska vetenskapen inom sociala medier världen.

2. Teori

Goffman, Jenkins och Festinger kommer hjälpa oss att förstå och analysera vårt empiriska material utifrån deras teorier. Goffmans dramaturgiska perspektiv kommer hjälpa oss att förstå individernas självpresentationer i ett digitalt sammanhang som denna studie kommer att fokusera på. Hur kan vi med hjälp av Goffman förstå universitetsstudenters digitala självpresentationer? Goffmans teori antyder att individer har en önskan att presentera sig själva i ett positivt ljus



och att undvika att framstå som felaktiga eller otillräckliga. På Instagram kan detta visa sig i att användare bara lägger upp innehåll som presenterar deras liv på ett positivt eller idealiserat sätt, och undviker att lägga upp innehåll som kan uppfattas som negativt. Goffmans teori om självpresentation hjälper oss att förstå vilka individer som använder Instagram för att presentera en viss bild eller identitet för andra, och motiven bakom detta beteendet. Våra framträdanden behöver inte ske individuellt utan det kan även ske tillsammans med vänner och hur blir man påverkade av deras framförande? Det är de Jenkins och Festinger kommer hjälpa till att besvara som ett komplement till Goffmans teorier. Festinger hjälper oss att besvara hur individer utvärderar sig själva i jämförelse med andra och ligger nära Goffmans teorier, men fokuserar mer på tankarna om varför vi jämför oss och vilka vi jämför oss med. Jenkins teori hjälper oss att förstå hur identiteter uppstår i våra digitala självpresentationer, men även hur gruppidentitet kan påverka våra egna självpresentationer på sociala medier.

2.1 Erving Goffman- Dramaturgiska perspektiv

Erving Goffman introducerade med sin bok *“Jaget och Maskerna”* den dramaturgisk teori kring identitetsskapande, och hur vi försöker kontrollera våra intryck. Goffman menar att vi aktivt försöker framhäva vissa aspekter av oss själva och dölja andra (2014, s. 1-5). Han illustrerar detta genom individens möjlighet att kontrollera vilka intryck som sänds ut till omgivningen. Individens möjlighet att framhäva vissa aspekter och dölja andra handlar om att kunna kontrollera kontakten som skapas och försöka göra sin icke- verkliga personlighet till något legitimt för sina åskådare. Genom att begränsa och reglera vad som visas upp mellan en individ och dess omgivning kan därmed reglering och begränsning av kontakten utföras. Detta begrepp kallas för “intrycksstyrning” (Goffman, 2014, s. 44-45).

Goffman målar upp våra framförande som att vi står på en teaterscen, där vi människor genomför “framträdanden” beroende på vilka situationer och vilka typer av människor vi bemöter och hur vi vill presentera oss till given publik (Goffman, 2014, s. 49-51). I Goffmans teori finns det även två olika sätt att bete



sig beroende om det är på scenen eller bakom scenen, detta kallade han för den “främre regionen” och den “bakre regionen”. Skillnaden mellan den bakre och främre region kan uppfattas på två olika men sammanlänkade sätt. För det första kan den ses som ett resultat av publik åtskillnad, alltså att aktören kan skilja olika publikar åt med hjälp av varseblivningsbarriärer och därmed bestämma vad som visas upp och för vilka. För det andra anses vissa aktiviteter för det mesta höra hemma i bakre respektive främre region, och därmed blir olika handlingar bakre regions eller främre region handlingar, och vidare antar regionerna då en mer konkret rumslig karaktär (Goffman, 2014, s. 66-67). Den främre regionen är där framträdandet sker, individen håller upp sin fasad och styr intrycken hen får av andra människor. I den bakre regionen är individen fri från sin roll och behöver inte tänka på offentlig intrycksstyrning, och här är även platsen där individen förbereder inför eventuella framträdanden i avskildhet (Goffman, 2014, s. 78). Målet är att individen ska försöka projicera en önskad bild till en publik, och kontrollera deras åsikter eller intryck genom kontroll av information under sociala situationer (Goffman, 2014, s. 78-79). Det Goffman menar är publiken är alla människor som får en uppfattning av en person när den lever sitt liv, och gällande digitala presentationer så tolkar vi publiken för digitala presentationer de människor som följer en person på Instagram. De som följer någon på Instagram är de som personen känner eller är bekant med. Antagandet som våra intervjupersoner gör är även att alla som följer dem ser allt de publicerar, så antagandet är att publiken är alla som följer dem och de rationaliserar bort att det finns de som kanske inte är inne på Instagram en viss dag eller missade deras publicering. Det som publiceras på en story, som då är ett inlägg som tas bort efter 24 timmar och inte går att gilla markera går de se vilka som sett publikationen. Men antagandet av våra intervjupersoner är att alla som följer dem ser alla deras digitala presentationer.

När Goffman beskriver framträdandet i den främre regionen så benämner han begreppet dekorum. Han beskriver begreppet som när vi är i någons synfält men inte i direkt kontakt med personen, som hur vi ser ut, rör oss eller andra beteende mönster. Då bedöms vi också av vår omgivning enligt Goffman och



det kan vara väldigt viktigt för framgången av framträdandet (Goffman, 2014 s. 67). När Goffman upptäckte denna teori fanns det inte internet eller sociala medier, där vi idag har mycket kontakt med vår omgivning och begreppet digitalt dekorum kan då användas för att beskriva kontakten med andra online. Det blir en del av framträdandet där personen inte är i kontakt med sin publik men ändå påverkar deras intryck av framträdandet. Men digitalt dekorum skiljer sig från dekorum i den aspekten att framträdandet är tydligt framför publiken och sker inte bara ofokuserat bredvid, utan på Instagram kan publiken ha fullt fokus på ditt framträdande. De stora likheterna mellan dekorum och digitalt dekorum är att det inte går att se reaktionerna från sin publik efter framträdandet utan det blir ett uppträdande där reaktionerna inte är synliga utan endast antagna. Digitalt dekorum är då ett fokuserat framträdande för publiken utan att det blir en interaktion med publiken och utförandet blir då enkelriktat utan direkt respons från de som ser framträdandet.

Sociala media plattformen Instagram kan ses som en teaterscen som Goffman beskriver i sin teori. När vi väljer att ta en bild försöker vi göra att det ser så bra ut som möjligt. Bilder har specifikt blivit en viktig aspekt i sociala medier men framför allt Instagram där en stor del av användandet är att publicera bilder och det är genom bilder vi förmedlar oss till andra. I Espen Ytreberg kapitel i boken *“Medievetenskapens idétraditioner”* (2020) menar han att vårt sätt att vara i sociala sammanhang, ofta påminner om ett framträdande på scenen. Ytreberg tar upp Goffmans teori och diskuterar att rollen skiftar, helt beroende på om någon står på scen eller är bakom kulisserna (Ytreberg, 2020, s. 97-98). Användaren blir som en aktör på scenen där deras bild speglar vad de vill visa upp för sina följare online, medan offline-jaget kan visa en helt annan bild och konstaterar att Goffmans dramaturgiska förhållningssätt är högst relevant idag med sociala mediernas framväxt (Ytreberg, 2020, s. 101-102).

I ett arbete av Persson har han använt Goffman som utgångspunkt för att göra en tolkning av Goffmans perspektiv på social interaktioner, men även sociala medier, och gör en egen tolkning av det i ett nutida perspektiv. Persson hävdar



att sociala medier är något som är paradoxalt (Persson, 2012, s. 272). Han menar att användaren har mycket större möjligheter att redigera de uttryck hen sänder ut och därmed kan mycket kontrollerade självpresentationer göras. I den fysiska interaktionen är det möjligt att omedelbart jämföra andras självpresentationer med den i hög grad kroppsspråkliga sociala information som kan samlas in om dem man interagerar med. Det betyder att självpresentationer är sårbara i verkliga interaktioner på grund av fysisk närhet. Följaktligen är självpresentationer mindre sårbara när de interagerande är åtskilda i rummet, som i fallet med sociala medier. Å andra sidan förefaller risken vara större för att användaren sänder ut alldeles för mycket om sig själv, tänker högt, eller blir oförsiktiga därför att hen inte kan dra nytta av de överförda uttrycks som vi får från de andra i interaktion ansikte mot ansikte, som hjälper oss att uppföra oss i enlighet med vad som anses vara lämpligt. Den reglerande sociala återkopplingen minskar markant i sociala medier, och därmed ökar benägenheten att överdelar information om oss själva. Persson menar att denna paradoxala situation leder till att gränsen mellan främre och bakre region dras på annat sätt i sociala medier än i verkliga interaktioner eller om den relativt sett större kontrollen över självpresentationer respektive tendensen till över delning av information i sociala medier tar ut varandra (Persson, 2012, s. 272).

I sin bok *“Interaction ritual”* skriver Goffman om begreppet *“face”* som kan likna begreppet självbild. Goffman menar att varje person lever i en värld av sociala möten, som involverar honom antingen i ansikte mot ansikte eller förmedlad kontakt med andra deltagare. I var och en av dessa kontakter tenderar han att agera ut vad som ibland kallas en *“linje”*, dvs. ett mönster av verbala och icke verbala handlingar genom vilka hen uttrycker sin syn på situationen och genom detta sin utvärdering av deltagarna, särskilt sig själv (Goffman, 1967, s. 5). Oavsett om en person har för avsikt att ta en linje, kommer hen att upptäcka att hen har gjort det i praktiken. De andra deltagarna kommer att anta att hen mer eller mindre medvetet har tagit ställning, så att om hen ska hantera deras svar till honom måste han ta hänsyn till det intryck de möjligen har gjort av honom. Begreppet face kan definieras som det positiva sociala värde en person i



praktiken hävdar för sig själv genom den linje som andra antar att han har intagit under en viss kontakt. Face är en bild av sig själv som avgränsats i termer av godkända sociala attribut - om än en bild som andra kan dela, som när en person gör en bra visning för sitt yrke eller religion genom att göra en bra visning för sig själv (Goffman, 1967, s. 6). Goffman menar att face som en sociologisk konstruktion av interaktion varken är inneboende i eller en permanent aspekt av personen. När någon väl erbjuder en positiv självbild av sig själv till andra känner de ett behov av att behålla och leva upp till den självbilden.

Inkonsekvens i hur en person projicerar sig själv i samhället riskerar leda till förlägenhet och misskreditering. Så människor förblir bevakade för att säkerställa att de inte visar sig för andra i ett negativt ljus (Goffman, 1967, s. 35). I sin bok "*Relations in public*" hävdar han att individer utför roller och engagerar sig i intryckshantering i sin interaktion med andra, ofta med hjälp av sociala normer och konventioner för att styra sitt beteende (Goffman, 1971, s. 42). Även här tar han återigen upp begreppet face, och menar att det är den offentliga bilden som individer presenterar för andra, och hur den upprätthålls och utmanas i sociala interaktioner (Goffman, 1971, s. 42-43). I boken ger han en detaljerad analys av intryckshantering, vilket är processen att kontrollera eller påverka andras intryck av oss. Enligt Goffman är intryckshantering en viktig aspekt av våra sociala interaktioner, och vi engagerar oss i det hela tiden, vare sig det är medvetet eller omedvetet. Han hävdar att vi använder olika tekniker för att hantera de intryck vi gör på andra, som att använda icke verbala ledtrådar, språk och rekvisita för att förmedla vissa budskap eller projicera en viss bild. Till exempel kan vi använda kläder, smink eller accessoarer för att signalera vår sociala status eller personlighet (Goffman, 1971, s. 48-49).

2.2 Leon Festinger- The social comparison theory

Leon Festinger som är grundaren bakom "*The Social Comparison Theory*", menar att det finns en drivkraft inom individer att titta på bilder utifrån att utvärdera sina egna åsikter och förmågor (Festinger, 1954, s. 1). Detta är ett praktexempel på vad användare gör på Instagram och är en vanlig vardag för många användare inom den sociala världen. Dessa bilder kan vara en referens



till den fysiska verkligheten eller i jämförelse med andra människor. Människor ser till att bilderna som porträtteras av andra är tillgängliga och realistiska, och gör sedan jämförelser mellan sig själva, andra och de idealiserade bilderna (Festinger, 1954, s. 1-2). Vidare menar han att vi inte tenderar att jämföra oss med andra som avviker från oss själva (Festinger, 1954, s. 3). Med Instagram kan vi vara väldigt selektiva med vilka vi väljer att följa och kan även avfölja de personer som inte längre intresserar oss längre.

Festinger menar att det ibland finns inneboende åsikter som avgör vad som är korrekt eller inte, där jämförelsen med andra inte blir lika prioriterad, eller att de inneboende åsikterna jämförs med likasinnade (Festinger, 1954, s. 117).

Festinger antog att människor har en drivkraft att utvärdera sig själva genom att undersöka sina åsikter och förmågor i jämförelse med andra (Festinger, 1954, s. 118). Till detta tillägger han att benägenheten att jämföra sig med någon annan specifik person minskar när skillnaden mellan den personens åsikt eller förmåga och ens egen blir mer avvikande (Festinger, 1954, s. 118-119). Med det menade han att vi ofta jämför oss i grupp, och ju starkare attraktionen till gruppen är, desto starkare blir vår förmåga att jämföra våra förmågor och åsikter inom gruppen (Festinger, 1954, s. 10). Grupptänket blir relevant för att studenter försöker hitta likasinnade vänner, och det kan vara inom universitetets olika utbildningsföreningar eller de nationer som existerar på Linnéuniversitetets campus. Festinger menar vidare att utvärderingen av en själv och jämförelsen med andra handlar alltså om mer än bara en själv. Självutvärderingen blir ofta i jämförelse med andra i olika grupperingar, där vi identifierar och därefter tillhör olika grupper (Festinger, 1954, s. 12-13). Drivkraften att självutvärdera sig genom grupper är olika starkt från person till person, men allt sker ofta naturligt eftersom jämförelsen görs ihop med personer som överensstämmer med ens egna förmågor (Festinger, 1954, s. 13).

Festingers teori öppnar upp diskussioner om hur de digitala självpresentationer kan se ut och vilken är publiken som intervjupersonerna gör sina självpresentationer för online? Hur väljer de att utvärdera sig själva i förhållande till andra? Hur kan det matcha den nuvarande miljön som de har valt på



universitetet i jämförelse med hur den såg ut tidigare? Festingers teori antyder att Instagram användning kan drivas av en önskan att jämföra sig med andra och söka validering och bekräftelse av ens övertygelser, åsikter och beteenden. Hans idéer om att vi jämför oss med andra är något som speglar den verklighet många användare har på Instagram. Det gör det mer lättillgänglig för oss att jämföra oss själva med vad andra lägger ut.

2.3 Richard Jenkins- Social identitet

Sociologen Richard Jenkins redogör i boken "Social identity" för att människans identitet är socialt konstruerad och menar att människans identitet skapas genom våra sociala interaktioner. Identitet är enligt Jenkins essentiell för individen då människans identitet ger oss en inblick i hur vi upplever och ser oss själva, men även hur vi upplever och ser andra individer (Jenkins, 2008, s. 4-6). Jenkins lyfter även fram att under interaktionen med andra människor tenderar vi att identifiera oss antingen med dem vi liknar eller tar avstånd till dem vi skiljer oss från. Detta skapar enligt Jenkins en uppfattning om vem vi är och hur vi bör vara (Jenkins, 2008, s. 15).

Jenkins redogör även för något han kallar för "kollektiv identitet". Han beskriver att identifikation görs i relation till andra. Jenkins menar att vi kan tala om "självidentifikation" och "gruppidentifikation". Med det menar han att vi ständigt identifierar oss själva med andra, och det sker i relation till att vi också blir identifierade av andra. Vi identifierar oss genom grupper, genom att tillhöra en grupp som vi tillskriver mening och identifierar oss med (Jenkins, 2000, s. 5-7). Den kollektiva identiteten betonar samspelet mellan olikheterna och likheterna som människor upplever finns mellan varandra som bygger på att en grupp människor upplever, och delar en gemenskap samt en upplevelse av samhörighet (Jenkins, 2008, s. 79-80). Tack vare att gruppidentiteterna bidrar med meningsfullhet och även social identitet får de oss att förstå vad som är accepterade beteende inom gruppen. Jenkins lyfter fram att vi människor har en tendens att sätta gränser för vem som kan tillhöra gruppen och att vi gärna skapar en sorts "vi" och "dem" mentalitet (Jenkins, 2008, s. 80).



Jenkins teori antyder att Instagram användning kan drivas av en önskan att presentera och behålla en viss identitet, få kontakt med andra som delar liknande intressen eller identiteter. Vi får social validering och förstärkning av ens sociala identitet. Det påverkar vårt identitetsskapande men även hur vi ser på andra individer och hur vi tillskriver deras identitet samt vår egen. Interaktioner mellan individer sker mer frekvent genom digitala interaktioner som kan skapa en komplexitet som aldrig funnits tidigare. Bedömningen av oss själva och andra sker utan fysisk närvaro och individen står med möjligheten till redigering av presentationen av sig själv. Med Jenkins teori vill vi förstå hur identiteter och gruppidentiteter skapas genom sociala medier och influerar hur vi ser på Instagram.

3. Metod

Vi har gjort en kvalitativ undersökning som handlar om hur det går att förstå studenters Instagram användning som digitala självpresentationer och vad det är som styr dessa presentationer. Det vi främst fokuserade på att analysera är språket och detta har skett när vi samlat in data under intervjuerna. Vi valde att göra en kvalitativ undersökning för att vi ville få ut undersökningspersonernas egna reflektioner kring deras användande av Instagram och valen de gjort kring deras publicerade inlägg.

Vi valde bort kvantitativa metoder ganska tidigt eftersom vi ville ha längre utläggningar av våra undersökningspersoner om hur de tänker kring valen de gör på sociala medier och specifikt Instagram. Kvalitativa undersökningsmetoder skulle ge oss bättre data till det som undersöktes. Vi ville höra universitetsstudenters egna tankar om valen de gör gällande hur de använder Instagram i allmänhet, och vad de tänker kring att lägga ut olika bilder på Instagram. Utifrån intervjuerna har vi analyserat hur intrycksstyrning kan ta form och påverka universitetsstudenter som använder Instagram. För att sedan använda Goffmans teori om det dramaturgiska perspektivet, och se hur det kan hjälpa till att förklara hur universitetsstudenter väljer att framställa sig på



Instagram. Vi analyserade även på vilket sätt omgivningen och normer påverkar dem och hur de förhåller sig till dessa regler för att tillfredsställa de grupper de tillhör och det beteende de tycker är accepterat, utifrån Festingers teori om gruppåverkan. Vi ville också ta reda på hur grupper av människor på universitetet påverkar individens användning av Instagram, och hur detta hör ihop med Jenkins identitetsskapande. Vi valde att inte analysera intervjupersonernas publicerade bilder eller deras Instagram flöden för att vi ansåg att det hade gjort det svårt att upprätthålla deras anonymitet. Även om vi inte publicerat deras bilder i uppsatsen utan att vi endast beskrivit deras flöden och hur det stämt överens med deras intervjuer så ansåg vi att det skulle gå lista att ut vems bilder det är och då bli en etisk svårighet.

3.1 Etik

Vi har funderat över vilka överväganden som måste tänkas över för att denna studie ska hålla sig till de forskningsprinciper. Med detta i åtanke har vi valt frågor som är etiska för de utsätter inte någon för fara, varken psykisk eller fysisk. Vi har använt oss av vissa säkerhetsåtgärder för att säkerställa att de vi intervjuar har fått information om hur vår undersökning kommer att gå till och känner sig trygga med situationen. I vår samtyckesblankett (se bilaga 2) utlovar vi anonymitet till våra deltagare, detta gjorde vi genom att byta ut namnen till "IP1" (intervjuperson). Vi strök även över alla benämningar av städer, platser eller andra saker de sagt som skulle kunna användas för att identifiera personerna vi intervjuat. Vi skickade ut en informationsblankett (se bilaga 1) till de vi intervjuat där de får informationen om intervjun, undersökningen, samt kontaktuppgifter till oss och vår handläggare. Det står även att de har rätt att avbryta medverkan när de vill om de känner sig otrygga eller obekväma (Bryman, 2016, s. 496-498).

En känslig del i vårt arbete har att göra med det vi nämner i inledningen av uppsatsen, och det är den påverkan som sociala medier kan ha på vår psykiska hälsa. Då menar vi att när vi ställt dessa frågor kring Instagram och olika förhållningssätt till det, kan eventuellt en av våra intervjupersoner reflektera om



sitt Instagram-användande utifrån våra frågor. För hur vi uppfattas av andra är ofta en känslig del i mångas vardag, då kan våra frågor skapa obekvämheter hos intervjupersonen vilket är ett etiskt problem. Det var också viktigt att vi framstod som objektiva och icke-dömande, utifrån den typen av frågor vi ställt skulle det kunna finnas en risk att låta dömande över intervjupersoners Instagram vanor, vilket kan leda till dåligt mående hos intervjupersonen. Vi försökte undgå detta genom att tänka på det i vår intervjuguide där våra frågor ska vara öppna och fria. Det var också viktigt att vara noga med hur vi reagerade samt betedde oss under intervjun. Det är omöjligt för oss att veta hur någon reagerar efter en sådan intervju men vi planerade noga för att ingen skulle känna sig dömd.

Vi valde även bort att analysera våra intervjupersoners olika flöden på grund av problemet med anonymitet. Men också risken för att en analys av deras flöden kunde påverka deras välmående. Även om en analys av ifall en intervju stämmer överens med det som någon publicerar hade varit intressant, så menar vi att det inte varit etiskt korrekt mot intervjupersonen. Då det kan leda till olika upptäckter om hur personen väljer att framställa sig vilket kan leda till dålig psykisk hälsa. Även att analysera det som publiceras på Instagram av någon tycker vi kan leda till att personen känner att sitt framträdande blir genomskådat och då misslyckat. Därför valde vi bort analysen av bilder som publicerats och fokuserade på undersökning personernas egna tankar och mål med sitt användande av Instagram.

Vi var även noga med att informera att de inte behöver svara om de inte är bekväma, och om de i efterhand kände att de sa något de ångrade var det bara att kontakta oss. De får även chansen att få läsa igenom vår undersökning innan vi skickade in den om de ville, för att säkerställa att de kände sig bekväma med det vi använde (Bryman, 2016, s. 170).



3.2 Urval

Vi har valt att avgränsa oss till gruppen universitetsstudenter på LNU som använder sig av Instagram. Vi valde att undersöka studenters beteende på sociala medier eftersom vi tror de utsätts för mer gruppåverkan än andra grupper i samhället. För att under hela livet uppstår det mängder av grupper och dessa grupper påverkar våra beteenden enligt Festinger, men vi tror den påverkan blir tydligast under tiden som student för att man blir mer självständig och mer mogen. Vi valde bort att undersöka gymnasie eller högstadieskolor på grund av de etiska svårigheterna med att flera som studerar där inte är över 18. Därför valde vi ett universitet eftersom där skapas mängder med privata grupper men även organiserade indelningar, såsom olika nationer, föreningar och klasser. Även att de sociala interaktionerna mellan personerna på ett universitet är mer aktiva än i andra sammanhang såsom t.ex. en arbetsplats. Främst på grund av att de flesta som bor på universitetets campus, handlar mat i samma affär, går till samma bibliotek, samma pubar och även interagerar genom LNU:s olika föreningar. Interaktionerna mellan varandra blir mer frekvent och vardagliga. Alla dessa platser att interagera på gör att vi tror att Festingers och Jenkins teorier om gruppens påverkan på individen blir starkare, då fler interaktioner med samma människor i sociala miljöer gör att olika grupper skapas och då också gruppnormer. De flesta på LNU bor väldigt nära varandra och träffas flera gånger varje dag samtidigt som det finns flera formella sociala grupper med oskrivna och skrivna regler. Det gör att vi hävdar att påverkan från andra blir starkare och gör det spännande att undersöka hur den påverkan speglar sig i hur de använder Instagram och vad som styr vad de publicerar. Att det blir en avgränsning till ett av landets universitet påverkar såklart resultatet och slutsatsernas räckvidd. Eftersom det finns olika förhållanden på LNU som skiljer sig från andra universitet såsom storleken och hur de sociala plattformarna utformar sig. Även hur mycket undervisning som ges digitalt påverkar studenternas förhållningssätt till varandra och detta kan skilja sig mellan olika universitet. Växjö har även ett campusområde, vilket betyder att studentbostäderna ligger geografiskt bredvid varandra och att det är ett större område skapat för studentaktiviteter. Detta kan skilja sig från andra



studentstäder och skapa andra förutsättningar för det sociala samspelet, detta kan göra att det blir en felmarginal när slutsatserna appliceras på andra universitet. Vi valde ändå att endast undersöka LNU på grund av den begränsade tidsramen för arbetet och för att kunna göra en undersökning som speglar alla universitet i Sverige hade det krävts stor kunskap om hur varje universitet fungerar och hur de sociala strukturerna ser ut vilket inte kändes möjligt för oss.

Vi har använt oss av intervjupersoner av olika kön, för att undersökningen ska ha blivit så oberoende av det som möjligt, då vi inte valt att fokusera på de skillnaderna. Vi har avgränsat oss till att studenten måste vara över 18 år för att undvika etiska problem gällande samtycke av deltagande som nämns av Bryman (2016, s. 496-498). Vi tror att unga vuxna använder sociala medier i större utsträckning och även analyserar och värderar dess innehåll mer, därför blir de intressanta undersökningsobjekt. Det blev spännande att se hur de förhöll sig till Instagram och vad de valde att framhäva, många har olika geografiska och ekonomiska bakgrunder vilket också ger nyans till undersökningen för att det speglar sättet de vill framhäva sig själva på Instagram. Det ska också nämnas att vi valde att begränsa oss till Linnéuniversitetet i Växjö på grund av praktiska skäl, eftersom vi bor här och tidsbegränsningen gör att vi inte hinner göra resor för att intervjua. Vi ville gärna hålla intervjuerna på plats och inte via zoom även om det är ett fungerande alternativ, för att få intervjupersonen att slappna av mer och få ett mer lättsamt samtal. Vid val av personer har vi använt oss av ett bekvämlighetsurval, då vi skrev ut på olika Växjö campus-sidor på Facebook. Det blev en blandning av människor som svarade och vi lottade vilka av dem vi använde. Det är ett bekvämlighetsurval då vi använde oss av ett forum där vi vet att användarna är studenter på LNU och att det var en enkel väg för oss att använda för att kontakta vår målgrupp. Vi har använt oss av dessa Facebooksidor för att få intervjupersoner vi inte känner för att inte påverkas av oss under intervjun (Bryman, 2016, s. 243). I meddelandet vi skrev på Facebook skrev vi också att kontakta oss privat ifall de var intresserade för att kunna upprätthålla anonymitet.



Vi inser även problematiken i att de som vi intervjuat har fått anmäla sig till oss om att de vill delta, och att det då skapar olika tveksamheter i reliabiliteten av studien. Då de som anmäler sig att delta troligtvis har ett intresse av de ämnet vi diskuterar och att de eventuellt har kunskap om det vilket kan göra att resultaten från intervjuerna blir styrda åt ett visst håll. Det skulle också kunna ha en påverkan på möjligheten till replikation då om en annan person skriver i ett annat forum kanske får intervjupersoner med helt andra bakgrundskunskaper. Vi valde ändå att göra denna typ av urvalsprocess för att var det smidigaste sättet att få personer som vi inte känner men ändå som var villiga att ställa upp på en intervju. Även att den pressade tiden gjorde att ett mer slumpmässigt urval hade tagit för lång tid att genomföra bedömde vi.

3.3 Intervjuer

Vi har valt att utföra semistrukturerade intervjuer, där vi försökte hålla samtalet öppet och låta intervjupersonen föra samtalet, men det var även vårt ansvar att de inte lämnade samtalsämnet. Vi hade ett antal frågor utifrån några bestämda teman som styrde intervjun, sedan är det viktigt att vi som intervjuare är med och ställer följdfrågor när det dyker upp spännande och relevanta konversationer. Men det är också viktigt att inte styra intervjun för mycket, utan det ska vara den intervjuades åsikter och tankar som kommer fram, och inte det vi ville få ut (Bryman, 2016, s. 562). Vi använde oss också av flera knep från Bryman gällande intervjuer, som att inte stänga av inspelningen då intervjupersonen ofta öppnar upp sig efter intervjun eller i slutet av den (Bryman, 2016 s. 581). Ett annat knep vi använde var när vi skapade intervjuguiden började intervjun med lättsammare frågor och mer grundliga frågor för att lämna det mest intressanta till slutet.

Vi gjorde 10 st olika intervjuer med 4 killar och 6 tjejer, vi avgränsade det till 10 st för att ge oss ett stort empirisk datamaterial på den begränsade tiden vi hade. Vi utformade en intervjuguide för att använda som en grund till intervjuerna så att vi höll oss till den röda tråden och ämnet vi undersökte. Utformningen av intervjuguiden styrs av syftet med intervjuerna och hur fokuserad den bör vara.



Anledningen till att göra en semistrukturerad intervjuguide är för att inte begränsa oss själva med följdfrågor och bli för fokuserade vid våra frågor och inte hänga med i samtalet. Vi ville låta intervjupersonen leda diskussionerna och inte missa intressanta aspekter, det är ofta väldigt intressant att fördjupa sig i ämnen med följdfrågor som endast kan skapas under intervjun (Bryman, 2016, s. 603-605). Vi skapade våra intervjufrågor genom att utgå från teorierna av Goffman, Festinger och Jenkins. Vi utgick från Goffmans dramaturgiska perspektiv och begreppet dekorum för att undersöka hur våra intervjupersoner försöker framstå i sina framträdanden samt hur de använder den bakre och främre regionen men även rekvisita. När vi skapade våra frågor använde vi oss också av Festingers teorier om gruppåverkan för att skapa frågor som reder ut hur våra intervjupersoners påverkas av sin omgivning och genom Jenkins teorier ta reda på personerna tänker kring andras framträdanden på Instagram och hur det påverkar deras eget. Vi ville även veta hur Instagram går att koppla till skapandet av den egna identiteten. Vi utgick från våra teorier när vi skapade vår intervjuguide inom ramen för vårt syfte och besvara våra frågeställningar.

I starten av intervjun började vi med att ställa vanliga bakgrundsfrågor för att sedan gå till våra huvudteman. I intervjun utgick vi från 4 st huvudteman, första temat kallar vi bakgrund och är lättsammare frågor som ska få intervjupersonen att känna sig trygg men även för att vi ska ta reda på deras användningsmönster kring Instagram och hur de ser på olika aspekter kring appen. Sedan går vi vidare till temat vi kallar "Förväntningar" och det handlar mer kring personens egna tankar kring vad de lägger upp som gick och koppla till Jenkins teori om identitet. Det tredje temat handlade om "Hur vill du framstå" och vad vi förväntades av andra följare. Svaren på dessa teman kommer vi koppla till Goffman och hur han ser på att vi spelar upp en pjäs i det offentliga och hur vi förbereder oss bakom scenen, i detta fall offline. Vårt fjärde tema är "intrycksstyrning av andra" och handlar främst om tankar våra intervjupersoner har kring vad andra lägger upp, både kändisar och andra vänner, svaren kring detta kommer vi analysera utifrån Festinger och om hur vi blir påverkade av andras beteenden i våra val. Efter dessa teman frågar vi ifall intervjupersonen



har något eget den vill ta upp och under hela intervjun är vi noga med att vara lyhörda och ställa relevanta följdfrågor för att ta intervjun dit det är intressant.

För att kunna undersöka vilka regler det är som styr självpresentationerna på Instagram så valde vi att undersöka vad som våra intervjupersoner tyckte var rätt och fel beteende på Instagram. Vi gav olika teman om sätt att publicera bilder på och sedan fick de själva berätta vad de själva skulle kunna göra och inte göra även varför det var så. Ett sådant exempel var temat redigering och photoshop som de fick berätta om vilka regler det fanns kring det för studenter och som de behövde förhålla sig till. Även fler teman som vi tog upp i intervjun var på vad som var godkänt att publicera och vilka som någon väljer att visa upp i sitt flöde. Intervjupersonerna fick själva ge exempel på det de tänker på innan de publicerar något och vad de förhåller sig till när de lägger ut en bild. Vi undersökte också hur våra intervjupersoner blev påverkade av sin omgivning och normer för att kunna förklara hur det går att förstå deras presentationer som intrycksstyrning.

3.4 Transkribering och kodning

Efter att intervjuerna genomförts transkriberades allt ordagrant som sagts under intervjuerna. När intervjuerna transkriberats började vi koda materialet. Vi började med att noga läsa igenom alla intervjuer flera gånger för att kunna hitta de intressanta aspekterna. Detta gjorde vi genom att markera det som vi fann intressant. Nästa steg var sorterings arbetet som gick ut på att sortera de materialet vi fann intressant för att underlätta den kategoriska reduceringen, som innebär att vi leta nyckelord och reducera bort data för att kunna hitta våra teman (Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 69). De nyckelord vi hittade var normer, identitet, påverkan och framställning, det var de orden vi tyckte speglade de mest intressanta delarna ur våra intervjuer och de styrde hur vi skapade våra teman (Rennstam & Wästerfors, 2015, s. 59-61). De teman som vi valde var: *Kontrollen av online jaget*, *Det här är jag*, *Godkända beteenden på Instagram* och *Digital presentation*. Teman om *Kontrollen av online jaget* och *Digital presentation* grundar sig ur Goffmans teoretiska ramverk om det



dramaturgiska perspektivet. Medan *Godkända beteenden på Instagram* utgår från Festingers teorier samt Goffman. Temat *Det här är jag* utgår från Jenkins teori och hur det går att se på identitetsskapande. Efter vi hittade dessa teman började vi mer tydligt koda materialet utifrån dem genom att använda 4 färgkoder, där varje teman fick en färg och gjorde det enklare att sedan hitta i materialet när vi gjorde analysarbetet.

4. Resultat

4.1 Kontrollen av online-jaget

Det här temat kommer att behandla hur våra intervjupersoner vill framställa sig själva på Instagram. Under intervjuerna framkom det väldigt tydligt från varje individ att det var viktig för personerna att framstå i ett positivt ljus. De ville att sin Instagram profil skulle spegla positiva saker om dem och deras negativa sidor ville de inte visa upp. En av våra intervjupersoner beskrev sin profil så här:

IP1: Ja, jag är väldigt selektiv i vad jag lägger ut. Asså jag lägger ju inte ut på vad som helst, det är inte så att jag lägger ut på... asså kollar man mitt feed... det är inte så att jag lägger ut på vad jag gör på en vanlig vardag typ, "åh nu jobbar jag" det skulle jag inte lägga ut. Alla mina bilder är ju väldig iscensatta [...] Om jag ska typ på middag men mina vänner och jag vet att stället är estetiskt fint så fixar jag upp mig lite mer och tar en bild. [...] Det ska liksom tillföra något till min egen publik för att det är det som de vill ha av mig... det är liksom en process.

Ovanstående reflektion från IP1 visar att hennes bilder är väldigt iscensatta och planerade beroende vad hon ska göra, och detta görs med stor eftertanke bakom skärmen likt vad Goffman benämner som den bakre regionen (Goffman, 2014, s. 78). Det hon publicerar ska passa in med resten av hennes bilder och hur bilderna passar ihop med online-jaget. Det är inte förens hon publicerar bilden som hon verkligen får respons av publiken om hur uppskattad bilden är. Är det en bra eller dålig bild? Passar den in med dem andra övriga bilderna, vad funkar och vad funkar inte? När bilden blir offentlig och kan presenteras på Instagram så kan vi översätta denna kontexten till Goffmans begrepp om den främre regionen (Goffman, 2014, s. 78). Det är där hon presenterar sig själv och



framför sitt framträdande genom sina bilder och även får respons genom gilla markeringar och kommentarer. För IP1 är den här processen att välja bilder och ta bilder väldigt viktig för hennes Instagram profil och påverka hur lyckat framträdandet blir. Hennes Instagram profil blir vad Goffman benämner "face", det är bilden av personen innan ansikte mot ansikte interaktionen (Goffman, 1967, s. 5). Det är därför det är viktigt att hennes bilder ger ut en positiv bild av henne på sociala medier. För att framstå som sitt bästa jag och upprätthåller den bilden hon har framför för sina följare.

IP8: Ja, men jag vill gärna visa upp mitt glada jag där jag även kan framstå som mitt bästa jag. Då vill jag ju självklart ha bilder där jag ser bra ut. Låter ju väldigt ytligt men jag vill att mina vänner och mina följare ska få ett bra intryck av mig.

Även IP8 påvisar samma motiveringar som IP1 när det kommer till online jaget och motiverar att ett bra första intryck är viktigt. IP8 motiverar att ett första intryck oftare sker på sociala medier än i verkligheten nu för tiden och därför är det viktigt för honom att det ska vara så bra som möjligt. De bilder någon väljer att lägga upp är de bilderna som alla personer som klickar på ens profil kommer att se och använda i bedömandet av personen. Vad är det då man vill visa? Vilka intryck ska man ge? Dessa frågor är något som han tänker på ibland innan han lägger upp sina bilder. Han betonar också vikten av att Instagram bilderna talar väldigt mycket om vem de är som person. Vidare berättar IP8:

IP8: [...] har man väl börjat lägga ut positiva bilder eller mer "perfekta" bilder av sig själv så är det ganska svårt att inte fortsätta lägga ut samma typ av bilder.

IP8 och IP1 är bara två exempel på hur de vill framstå på Instagram men samtliga intervjupersoner delar samma intryck av att de skapat en etablerad roll för sina följare, och om den inte upprätthålls kan deras självbild misskrediteras bland sina följare som inte känner dem personligen (Goffman, 2014, s. 17). När de valt att lägga ut finare och mer "perfekta" bilder som IP8 kallar det blir det förvirrande för publiken ifall han i nästa bild lägger upp på en vanlig händelse helt oredigerat. Denna förvirring hos publiken kan leda till att de upplever att



bilden han visat upp är falsk och då misslyckas framförandet. Den friheten att vara selektiva i sina bilder hjälper dem att upprätthålla de idealen de vill ha på Instagram. Det hjälper dem även att vara selektiva med vilka aspekter de vill dölja av sig själva. (Goffman, 2014, s. 26-27). Som IP8 nämner i ovanstående citat är det viktigt att vara konsekvent i vad man lägger ut, för att få en sammanhängande bild av en person.

Kontrollen över hur någon vill framställa sig är en viktig aspekt för våra intervjudeltagare. Som Tian (2017) nämner i sin forskning är kontrollen över online-artefakter en fördel för användarna på sociala medier, men även en nackdel. På Instagram har dock användaren full kontroll vad som publiceras och vad som döljs utan några spår. Tians forskning visar vikten av online-artefakter eftersom användare tror att det är exakta och autentiska representationer av andra (Tian, 2017, s. 191). Det bekräftar våra intervjudeltagares känsla av att vara noggrann och selektiv med vad de lägger upp speglar deras självbild. Det är viktigt för dem att kunna upprätthålla en konsekvent självbild online som ger ut en positiv bild av dem för publiken.

4.1.1 Det nya livet som universitetsstudent

Några av våra intervjudeltagare tog upp diskussioner om hur det var att flytta till en ny stad och hur de blev påverkade av det. Från att gå från där de växte upp till en ny plats på en annan ort medförde inte bara förändringar på de själva, men också hur självpresentationerna förändrades på sociala medier. IP10 berättar hur hon har blivit påverkad av sin omgivning sedan hon flyttade.

IP10: Jag kommer från en liten by och jag hade inte så många vänner och jag skulle väl ändå säga att min självbild ändrades första året jag pluggade här. Jag ville bara skaffa massa vänner och ändrade i princip hela mig och vad jag la ut på Instagram. [...] Jag ville efterlikna mer den gruppen av vänner jag ville hänga med även om det inte riktigt var "jag", utan jag blev nog bara den personen som alla ser mig på Instagram.



IP10: [...] jag har ändrat på hur jag väljer att klä upp mig och jag och mina vänner klär väl oss någorlunda likadant eller... jag vet inte... men det kan man iallafall se på våra bilder. Det blir liksom en sorts sammanhållning som är svårare att bryta och bryta ifrån för att man vill ju passa in, man vågar inte säga ifrån även om man kanske borde ibland.

IP10:s reflektioner visar att den här nya "rollen" som hon har åtagit sig för att passa in har påverkat hennes självbild. Som Jenkins nämner i sin teori så styrs vår identitet av de interaktioner vi har vilket vi kan se från citatet (Jenkins, 2008, s. 4-6). För henne är det en inre konflikt att vara sig själv men samtidigt vara en annan version av sig själv för att passa in, även om det strider mot sin självbild. För att undvika att göra en scen av det så väljer hon hellre att vara tyst i den sociala gruppen än att säga emot. Hon menar att det är frustrerande ibland men hon har inte så mycket att säga till om i det stora hela. Hur skulle det bli om de började bråka med varandra? Hon berättar att det är tufft att både leva ett liv utanför Instagram, och leva ett liv på Instagram utan att de kolliderar med varandra. Det blir en svår balansgång att hålla koll på utan att det ena ska påverka det andra för mycket. Pressen att anpassa sig till sina nya vänner och deras preferenser för vad som borde publicera på Instagram krockar med hennes sanna självbild. Detta kan leda till en diskrepans mellan individens online- och offline identitet, eftersom de kan känna att de presenterar en falsk version av sig själv på Instagram (Goffman, 2014, s. 134). Risken i det är att ifall publiken märker att det är en falsk bild som presenteras så misslyckas framställningen och den kommer ha en oönskad effekt. Därför kan det bli ett problem när intrycksstyrningen påverkas för mycket av omgivningen och diskrepansen från den riktiga personen blir för stor. Vilket kan göra att ett försök till förändring av framträdandet och sin egen person via Instagram kan få oönskad effekt.

4.2 Det här är jag

Det här temat kommer att behandla hur intervjupersonernas tankar är kring hur de väljer att skapa sin sociala identitet på Instagram, och hur den formas med inflytande av en ny miljö och vänner. I våra intervjuer framkom det att våra intervjupersoner har förändrat deras sociala identitet med inflytande av nya



interaktioner under universitetets gång. Det kan vara att de har träffat nya människor eller att de har fått en stark samhörighet till några av universitetets nationer eller utbildningsföreningar. Är de engagerade i några av dessa blir de starkt rotade i den gruppen vilket några av våra intervjupersoner kände.

IP4: [...] jag tror ändå att den har. Jag är aktiv inom en av nationerna och jag har börjat lägga upp mer på min story och flöde om våra evenemang och bilder på andra medlemmar när vi hänger och så. Det blir ju väldigt selektiva bilder i vad jag väljer att lägga ut. Man vill ju gärna visa upp vad man gör för sina vänner hemifrån.

Genom att vara mer aktiv på Instagram visar även ett mer aktivt liv i verkligheten för att visa upp sig mer för andra i sin omgivning. Den starka samhörigheten till nationen blir som en "kollektiv identitet" enligt Jenkins (Jenkins, 2017, s. 5-7). IP4 identifiera sig med en grupp i detta fall nationen, som tillskriver en mening och som hon kan identifiera sig med (Jenkins, 2017, s. 6). Vi människor drar oss oftast till människor som liknar oss själva. Detta skapar enligt Jenkins en uppfattning om vem vi är och hur vi bör vara. IP4:s självbild är något som har formats av den sociala omgivningen som hon har hamnat i som i sin tur har tagit form som en del av hennes digitala identitet på Instagram (Jenkins, 2008, s. 15-16). Hennes digitala identitet är något som formas av de interaktioner hon gör bakom skärmen som påverkar hennes Instagram-flöde.

Våra sociala interaktioner visar att det kan styra hur vi skapar och formar våra digitala identiteter. Med vår digitala identitet vill vi gärna visa upp vår nya omgivning och de upplevelser som IP4 berättar om. Intrycksstyrningar från hennes sociala interaktioner har påverkat hennes identitet och på sättet hon väljer att framstå. Hur vi väljer att framstå på Instagram har blivit mer än vad som bara ska spegla oss som person, utan även vilka vi väljer att vara tillsammans med påverkar vårt framträdande.



4.2.1 Sociala sammanhang

Förutom den digitala identiteten som våra intervjupersoner har skapat finns det även en stark gruppstillhörighet som är kopplad till vännerna de har, och även de interaktionerna spelar roll om hur vi formar våra digitala självpresentationer.

IP1: Ja men jag tror att det handlar om att man vill gärna visa upp för andra vilka vänner man har liksom. Det blir ju mycket "titta här, titta vad vi gör". För mig är det betydelsefullt att kunna visa upp sina vänner för att det är just den här typen av människor jag har dragits till. Jag värderar dem ganska högt så en bild blir en sorts "hyllning" eller vad man ska säga. Man påverkar varandra rätt mycket och det har väl styrt lite på hur jag lägger ut mina bilder och hur det ska passa in på min Instagram, men de är definitivt en del av det.

IP1 ger ett annat perspektiv att Instagram kan användas för att dokumentera och dela sina upplevelser och aktiviteter under sociala tillfällen som t.ex. fester och olika typer av evenemang som sker. Dessa inlägg kan ses som ett sätt att presentera och behålla en viss identitet eller bild för sina följare, att visa vilka vänner hen har eller vilka roliga fester hen får gå på. IP1 gör detta genom att lägga upp bilder på sina vänner som hon pluggar med eller vänner som är på samma fester. Bilderna från sociala tillfällen kan också användas som ett sätt att söka social validering, att visa hur de umgås med omtyckta människor eller får gå på exklusiva fester. Med detta försöker de visa upp att andra uppskattar och vill umgås med dem, som att berätta för andra att dessa människor uppskattar sin föreställning. Vi menar att denna tolkning blir en sorts bekräftelse av identitet och självbild på de följarna som är med i bilden. De får det återberättat genom de bilder som läggs ut vid sociala tillfällen om den kollektiva identiteten och delar då gärna samma bild på sin story. Från ett utanförperspektiv kan följarna få uppleva ett annat glamoröst liv genom andras bilder/stories. Det blir ett sätt för användaren att skapa ett narrativ om sin egen självbild för gruppen men även kunna förstärka den genom delningar av bilder, och ju fler som delar samma bild desto större publik når man ut till. Detta kan i sin tur leda till fler följare eller att man blir mer igenkänd i verkligheten. Detta gör att andra människor blir en viktig del i den digitala presentationen för dem som är med



där påverkar också ditt framträdande. Några av våra intervjupersoner berättar att de hade dömt någon ifall den publicerade bilder med andra personer som de verkligen inte tycker om. För att de som de umgås med speglar också den personen och påverkar hens framträdande. Vilket gör andra personer viktiga i den digitala presentationen. Det som IP1 beskriver som en hyllning till någon annan blir också en del av hennes föreställning, att visa upp sin omgivning. Att genom intrycksstyrning välja vilka personer hon publicerar på eller vilka sociala sammanhang hon visar upp, styr hur hon uppfattas och blir bedömd.

4.3 Godkända beteenden på Instagram

Under våra intervjuer har vi sett mönster som indikerar att det som påverkar beteende och förhållningssätt på Instagram inte bara är hur de framställer sig själva, utan att det är någonting som leder fram till att en person tror eller tycker att ett visst beteende på sociala medier är önskvärt. Där kommer intrycksstyrning in i bilden, att försöka påverka andras intryck av en själv utifrån att göra en viss presentation. Vi får intryck av andra hela tiden i vår vardag och dessa använder vi oss av när vi gör en bedömning av någon, men även genom att märka vilka bedömningar andra gör av den personen. Ifall någons digitala presentation får väldigt bra respons av sin omgivning blir det tydligt att det var något som uppskattades och sedan kan andra använda sig av det i sina egna presentationer. Därefter formas digitala beteenden som går att använda för en lyckad intrycksstyrning.

Påverkan från andra är ett speciellt fenomen som visar sig tydligt på Instagram, där en kommentar eller en gillamarkering kan vara väldigt viktigt för många människor. Våra intervjupersoner nämner vikten av bekräftelse på Instagram och hur viljan att bli validerad av andra finns med i tankarna när de agerar digitalt. Tydligast är behovet av bekräftelse när bilder på en själv läggs ut, som selfies eller fina bilder som andra fotograferar. Några av intervjupersonerna tog upp att det är skillnad på selfies och bilder på en själv, det kan verka vara samma sak där båda är en bild på någons utseende. Men en selfie är en bild som någon tar på sig själv och det visar upp något annat för omgivning än om det är någon



annan som tar bilden. Tre intervjupersoner tar upp att selfies inte är något de håller på med, utan det är sådant yngre människor gör och det har de växt ur. Men sedan nämner de också att de lägger ut bilder tagna på sig själva, och där är vikten av respons stor.

IP9: Jag skulle inte lägga ut selfies.. ummhh det kändes som något man gjorde mer när man var yngre, det känns lite töntigt om jag skulle göra det nu [...] Tyvärr kände man sig mer validerad ju mer likes man har, lägger jag ut en bild på mig själv så är det viktigt men inte på natur, mat eller sånt men en på mig jämför jag med likesen på de andra bilderna jag lagt upp på mig sen vet jag ju att det kvittar för handlar ju om hur aktiva folk är den dagen osv.

IP3: Hmm jaa jag kan nog lägga ut det mesta eller inte selfies, då hade jag nog bett någon annan ta bilden.

IP8: Nej jag lägger inte ut selfies, bryr mig inte om andra gör det men känns inte så mycket som mig. [...] Vet inte varför men känns som skillnad om det är en bild man är med på eller så eller en profilmild, då är det ju mer naturligt att bilden bara skedde.

Varför blir det viktigt om bilden som läggs ut på Instagram är en selfie eller ett porträtt? För att påverkan av vår omgivning är så stor, både genom normer och ett samhälls-skapat grupptänk. Fenomenet att en bild tagen av en annan person är okej att lägga upp hur iscensatt den än är, men en selfie som tydligt visar att du tagit bilden själv anses som icke eftersträvansvärt. Det grundar sig i en uppfattning att det ena beteendet är okej och det andra inte, när det antagligen för någon helt ny på Instagram är samma sak. Det skapas utifrån att majoriteten av gruppen tycker så och då börjar minoriteten hålla med. Dessa normer påverkar och styr hur studenterna publicerar på sociala medier och det nämns flera exempel på normer som finns för att bestämma hur en student ska använda Instagram. IP7 nämner också att hon inte skulle kunna lägga ut för många bilder på sig själv i rad eller flera bilder på natur efter varandra, för att det var viktigt att variera, även IP2 har samma preferenser. Trots att de har en fin bild de vill lägga ut så kan de inte det enligt normerna, om de publicerat liknande bilder tidigare. Det verkar grunda sig i en idé om att lägga ut mycket av samma bilder



blir tråkigt för deras följare. Dessa är några av de regler som finns för själv presentationerna på Instagram och om de inte följs så spricker framträdandet och de riskerar att framstå negativt för sin sociala grupp. Genom normen med bilderna så kan de framstå som ytliga om de publicerar selfies och enformiga om de lägger liknande bilder efter varandra. Normerna på Instagram går att likna med de normer som finns i det vardagliga livet också, där studenter inte vill framstå som ytliga eller enformiga. Vi jämför det med att t.ex. på en fest vill någon inte framstå som att de försöker framhäva sitt utseende för ofta eller kollar sig i spegeln hela tiden. Även att bara prata om endast ett ämne hela tiden hade gjort det tråkigt för sin omgivning, dessa normer finns också på Instagram och försöker efterhållas även där. För att intrycksstyrningen ska vara lyckad, måste en person följa dessa regler om vad godkända och icke godkända beteenden är, annars kommer framträdandet få en oönskad effekt. Det kan vara svårt att veta vad som är godkända beteenden så det gäller att jämföra med hur det går för andras presentationer, hänga med i trender och uppfatta normer.

4.3.1 Normers påverkan på självpresentationer

Dessa självpresentationer om vem någon är blir väldigt viktigt för studenterna vi intervjuat då uppskattning av andra är något de värderar högt, att andra tycker om hur de använder Instagram. Vi hävdar att stora delar av hur de använder appen handlar om att navigera i sin sociala miljö om vad de tror andra kommer tycka om det de presenterar. De försöker följa alla svåra normer som ofta förändras om vad de ska publicera, och hur detta kan även leda till stress och ångest. Hur duktig någon är på detta kan variera och även vilka normer som finns till olika personer, vilka normer någon behöver följa beror på vilka grupper de tillhör men även vilken roll de tagit i gruppen.

IPI: Mina vänner lägger upp mycket bilder på sig själva och typ när de är i Marbella eller på nån fin sommarfest och det gör väl jag typ med.. haha. Jag lägger ju inte ut när jag äter en vanlig pasta hemma eller är på en lektion det är ju tråkigt. Det gör nog inte så många andra som jag följer heller, mycket man ser är ju väldigt lika för många följer ju samma trender och så men följer man en trend för mycket blir det också tråkigt, man ser ju typ 5000 nyårsbilder på nyår så det blir ju rätt tråkigt.



Det gäller att följa dessa trender men då finns också risken att du följer den för noga. Som IP1 beskriver om nyår när en trend blir så använd att den blir tråkig, och då inte ett godkänt beteende längre. Därför kan normer ändras ifall ett beteende används för mycket, eller om det är någon annan faktor som påverkar att en viss typ av framställning inte längre är åtråvärd.

Vi hävdar också att en norm i självpresentationer går ut på att försöka visa upp något utan att det är för tydligt att det är det som visas upp. Att det ska verka som att du mest råkar publicera en bild och sedan är den väldigt bra. För att uppnå detta finns det olika regler att följa som att med en selfie blir det tydligt att målet är att visa upp ens utseende så det försöker studenter undvika eller publicera flera bilder av liknande saker efter varandra för då blir det för tydligt vad som någon försöker framhäva.

IP3: man vill ju inte bli enformig så jag försöker inte lägga ut samma typ av bild två gånger i rad.

Dessa normer är svåra för studenter att följa men är viktigt för att framträdandet ska lyckas. Att följa de regler som finns för digitala presentationer är väldigt viktigt för att den intrycksstyrning studenter använder sig av ska uppfattas som godkänd och lyckad. Det är inte alltid lätt att veta om dessa regler och hur de ska appliceras i olika sammanhang, men då använder sig människor av sin förmåga att jämföra sig med andra.

4.3.2 Jämförande inom grupperna

Intervjuerna visade också hur jämförandet mot andra är en stor del i hur normer efterhålls inom olika grupper. Gruppen universitetsstudenter är väldigt stor så för att se vilka åsikter som uppskattas mer eller mindre, behöver de jämföra sig med andra och vilka beteenden de uppvisar som uppskattats av omgivningen.



IP7 beskriver användandet av Instagram mer som ett verktyg för att uppnå någon form av bekräftelse och uppmärksamhet. Hon anser inte att det är något konstigt eller speciellt, samtidigt som hon också berättar att hon kanske inte säger det till sin omgivning. Men att lägga ut bilder och inte få någon uppmärksamhet såg hon som lite meningslöst. Hon menade att hon inte jämförde sig med andra på något negativt sätt utan mer hur de gjorde för att väcka intresse hos sina följare.

IP7: Asså jag jämför mig inte så mycket skulle jag vilja påstå. Isåfall är det mer av att man tar inspiration av andra än att jämföra sig negativt med dem. Vilka tips kan jag få av hur de gör och typ att det är kul när andra gör på något spännande sätt. Sen ser man ju också hur mycket uppskattning de får för något de lägger ut och så...

Vi utvärderar oss själva utifrån jämförelser med andra vilket också går att se i flera av våra intervjuer, men IP7 menar att hon gör jämförelserna för att utveckla sig själv och sitt användande. Den idealiserande världen på Instagram blir inte påfrestande om hon inte känner att det är jobbigt att efterlikna de åsikter som gruppen har. Instagram blir mer som ett verktyg för att enklare kunna efterlikna de sociala gruppernas åsikter och att bli accepterad och uppskattad. Det är inte alltid enkelt att se vilka åsikter och beteende som majoriteten av gruppen uppskattar, och vad de tycker är optimalt i ett vardagssammanhang. På Instagram blir det tydligare vad som får uppskattning, då hon ser Instagram som ett verktyg för att uppnå gruppens åsikter (Festinger, 2007, s. 2).

Vissa av våra intervjupersoner ser jämförandet mer som något negativt men ändå som ett viktigt redskap för en lyckad framställning och för att förstå vilka beteenden som gruppen tycker är godkända.

IP9: Man kollar ju på vad andra får för respons, om nån får dålig respons vill man ju inte göra samma.

För att lära sig vad som är godkända beteenden så jämför sig våra intervjupersoner med andra för att märka vilka självpresentationer som



uppskattas av den gruppen de tillhör. Det är viktigt för att förstå när normer ändras och vilka trender som påverkar framträdandet positivt eller negativt.

4.4 Digital presentation

I den moderna tiden är det inte bara uppträdanden som sker i det verkliga livet utan stora delar av det sker online. Det virala livet som visas upp på Instagram är det som en stor publik får se och därefter göra sina bedömningar om vad det är för person de har sett. Det svåra momentet i denna nytolkning av att spela upp en pjäs är att framträdandet online behöver koordineras med personen som de redan har eller kommer träffa senare i verkliga livet, alltså att det blir som två olika tolkningar av en föreställning som ska hänga ihop (Goffman, 2014, s. 10).

Flera av våra intervjupersoner nämnde vikten av hur de bedöms och bevitnas av andra online, att det är vitalt att det är en sann bild menar dem. De ska alltså inte visa upp något som motsäger hur de är i verkligheten. Därför är det viktigt att de inte visar upp något online som de inte är bekväma med att det kommer kopplas ihop med den personen andra sedan möter i verkligheten. Flera av våra intervjupersoner beskrev svårigheterna mellan att koppla ihop någons digitala jag på Instagram med den personen de träffar i verkligheten. Precis som vår intervjuperson nedan beskriver

IP2: Ja men man kan väl se vad dem är intresserad av och man målar väl upp en egen bild av hur den personen kan vara. Sen när man träffar personen i verkligheten så har man redan förutfattade meningar om den personen, men jag tror nog bara att det är så människan funkar. Det är ju inte alltid lätt förstås och ibland är det svårare än andra beroende på vad de lägger upp och hur många bilder de har lagt upp.

Men detta är ingen nyhet eller något som uppkommit endast genom sociala medier utan enligt Goffman, alltid funnits. Han beskrev det genom begreppet dekorum och hur vi bedömde andra personer utan direkt kontakt med dem, det som sker på Instagram är då digitalt dekorum. Vilket har en stor påverkan på dagens framträdanden och lägger grunden till interaktionen som sker när de sedan träffas i verkligheten. Det kommer påverka vilken bild som skapas om en



person innan de ens träffats. Vi hävdar att i verkligheten är det flera som försöker uppta samma utrymme att visa upp sig inom dekorum, att flera syns eller pratar samtidigt men digitalt får alla ett utrymme att visa upp sig. Där behövs inte samma sociala skicklighet att presentera sig utan digitalt krävs andra färdigheter som att ta en intressant bild, men även förstå normer och koder om vad som bör presenteras. Som vår intervjuperson beskriver används Instagram för att få ett intryck av en person som de sedan tar med sig in i andra sammanhang (Goffman, 2014 s. 65). Det blir väldigt viktigt att presentationen ska vara autentisk och det som presenteras i det digitala dekorum måste spegla verkligheten, men även följa alla de normer som finns.

4.4.1 Första intryck

Från våra intervjuer har vi märkt att dekorum är extra viktigt med personer som inte är nära vänner eller som de har mycket kontakt med. Då värderas det digitala dekorum mycket högre och ger en grundlig bild av vem någon är, även om det inte är en korrekt bild som vår intervjuperson beskriver.

IP5: Hmm jaa jag lägger inte ut bilder när jag festar som mina kompisar gjort så där har jag varit selektiv och att det ska vara respektabelt, att vem som ska kunna se bilderna utan att jag skäms eller att det ska förstöra för mig i framtiden. Min mamma sa alltid tänk på att detta kommer ligga kvar i all framtid så alla kan se.

Flera av de personer vi intervjuat återkommer till temat om att de vill uppfattas på ett visst sätt och därifrån går det se dessa självpresentationer som ett digitalt dekorum. Detta digitala dekorum blir grunden till den intrycksstyrning som studenter använder för att skapa sig ett så bra utgångsläge som möjligt inför de interaktioner de sedan behöver genomföra i skolan, på fest eller senare på arbetsmarknaden. Målet är att visa upp en bild som ger bra förutsättningar i så många föreställningar och interaktioner som möjligt. Intervjupersonen beskriver hur hon inte vill visa för mycket fest bilder med rädslan av att vissa aktörer i framtiden ska bedöma henne negativt utifrån det.



Flera intervjupersoner nämner hur de undersöker varandra via sociala medier speciellt personer de är nyfikna på eller inte känner så väl.

IP9: kanske man kan dra några förhastade slutsatser, som är orepresentativa... man kan få idéer om nån man inte känner när man ska kolla upp den för att se vem de är, om de är på dyra ställen o har fina kläder säger de något eller om de reser mycket, men ens vänner tänker jag inte på så

Det är grunden till varför intrycksstyrning på sociala medier blir en vital del i många unga studenters liv och det är för att det är en del av föreställningen och när de träffar nya människor är det ofta där de första grundtankarna om vem en person är skapas. Det som IP9 beskriver har även varit ett genomgående tema i nästan alla intervjuer. Om någon lägger upp bilder på dyra restauranger och har fina kläder på sig kommer inte publiken på Instagram tänka att det är en tillfällighet, utan uppfattningen blir att den personen är rik, snobbig eller gillar lyxlivet. Samma gäller andra typer av bilder, att de påverkar folks uppfattning av en person. Detta var alla våra intervjupersoner medvetna om och förstod att de själva blev bedömda utifrån samma förutsättningar. Därför blir det viktigt för dem hur de använder sig av intrycksstyrning för att få publiken att tycka och känna det som de vill. Det gör det viktigt för användaren att kunna koda vad en viss bild kommer ge för intryck, och även den ska förmedla.

4.4.2 Karaktär

För att lyckas med denna intryckstyrda presentation behöver studenterna välja ett spår och följa det, att inte ge för mycket olika intryck utan vara konsekventa. Det är en av normerna som framkommit, att välja en personlighet. Om en person vill framstå som åtråvärd, kommer det förstöras om den skulle byta sin karaktär och publicera komedi eller vardagliga bilder. Precis som en person beskriver här att han tänker igenom vad han tror publiken kommer tycka om, innan det publiceras.

IP6: Ehhh ja jag tänker väl att en del tycker det är kul iallafall och får några skratt... jag lägger ju inte ut nån bild eller video som jag inte tycker är rolig om det är de jag



försöker med, om det är nått som jag tycker är kul men inte tror att mina följare kommer skratta, att de tycker de är för grovt eller nått så skickar jag det bara te de jag vet gillar sånt.

I denna intervju var det extra tydligt hur personen hade valt en karaktär eller en typ av digital personlighet som den vill visa. Han hade valt att det är extra viktigt att framstå som rolig så även om han hade någon bild eller video som han gillade och tyckte var kul, skulle han inte lägga ut den om han inte trodde att publiken skulle skratta eller finna det roligt. Istället skulle han individuellt välja sin publik utifrån de han trodde skulle uppskatta det, vilket är ett sätt som Instagram också går att användas till. Att kunna välja ut den publik som uppskattar innehållet, eller främst kanske välja att inte skicka till de som kanske inte gör det. Detta för att styra sin presentation efter sin publik och kunna visa delar av sitt framträdande till rätt publik och ett annat framträdande till en annan publik för att få de optimala förutsättningarna för ett lyckat framförande hos olika personer.

De flesta vi intervjuade gjorde också som IP6, att de valde ett spår och följde det. De försökte framhäva sin bästa sida, alltså den delen de känner är viktigast för deras framträdande. Men en stor del av detta var att det skulle vara enligt deras karaktär och se äkta ut så inte publiken skulle tro presentationen var falsk. Detta är viktigt för att framträdandet ska lyckas och den digitala presentationen ger de optimala förutsättningar för verkligheten som personen är ute efter.

Vissa intervjupersoner beskrev också att de inte brydde sig vad andra publicerade på Instagram samt att de heller inte tänkte på om bilderna var fina, spännande eller vältagna. De reagerade mer på om det var någonting som var roligt och eventuellt fick dem att skratta. Här är ett utdrag från en intervju med IP2 som beskriver att hon inte lägger några värderingar i om en bild är fin eller snyggt fotograferad.

IP2: [...] eftersom mitt konto är så hemskt så tror inte jag kan döma nån efter vad de lägger upp, även om min idé blir väll lite att jag inte bryr mig om insta o de är ju också



ett flöde att visa att intrycket blir att jag inte bryr mig. Jag respekterar nog folk mer som bryr sig mindre också.

Ifall en åsikt eller egenskap inte är viktig för en person eller grupp kommer de inte heller lägga någon vikt i att utvärdera andras kunskaper eller förmågor kring detta (Festinger, 2007, s. 9). Därför lägger han ingen vikt i den egenskapen och bedömer därför inte andra utefter det och tillhör troligtvis en grupp som inte värderar de egenskaperna högt. Precis som han beskriver blir hans förhållningssätt till Instagram att visa att han inte lägger någon energi på det, och det blir även ett budskap att skicka om vem han är till de som skulle se hennes Instagram profil. Han vill också påverka sin självpresentation genom att inte vara aktiv, precis som att de andra intervjupersonerna vill visa upp sig och sina egenskaper så görs det även här. Vi menar att det är liknande som det vi skrev om tidigare med selfies att det visar någonting om personen utefter hur bilden är tagen. I detta fall visar han för publiken genom att inte publicera någonting, hans budskap blir att han är så självsäker att han inte behöver visa upp sitt utseende utan försöker då istället visa upp att han är rolig. Precis som personen tidigare som inte publicerade selfies, för det visade att personen försökte vara snygg och sågs då som ytlig, blir detta nästa steg. Att han visar det genom att publicera väldigt lite och vill då istället visa sin identitet som rolig. Det blir en paradox där inte beteendet stämmer överens med det vi säger att vi gör. Att han vill visa någonting genom att inte göra något, att det blir hans typ av karaktär som han använder i den digitala presentationen. För att det är en del av den föreställning han vill visa upp för sin omgivning och kring den personen han vill visa upp att han är.

4.4.4 Framstå som autentisk

Att photoshoppa sig såg flera som något väldigt negativt för då försökte någon ge ut en falsk bild och det var enligt alla något dåligt. När vi frågade i intervjuerna ifall de använde photoshop sa de nej, men på redigering sa en del att de brukade använda det. Nästan alla tyckte inte heller det var fel att redigera bilder. De menade att de kunde förstärka färger eller välja filter på sig själva



men inte photoshoppa. Förklaringen till varför de inte ville använda det var för att det är en falsk bild av dem själva.

IP5: Även bilder där jag inte ser ut som mig själv, vill att det ska vara naturligt o inte för tillgjort ut ingen photoshop, inte sånt som ser fake ut, va dig själv vill jag visa med mina bilder

IP3: Asså om jag ser någon som photoshoppat sina bilder tycker jag mest synd om den, att den är så osäker att den inte kan vara sig själv.

Vikten av att inte framstå som att försöka uppge en påhittad bild är stark, ifall någon blir påkommen med att försöka spela upp ett framträdande som inte är autentiskt blir reaktionerna från publiken negativ. Som IP3 beskrev blir reaktionen att denne inte är nöjd med sitt liv eller utseende osv och måste försöka lura publiken. Även om det är så att enligt Goffman så spelar alla upp en pjäs och förbereder sig för att göra det så bra som möjligt, och att människor endast är sig själva hemma när ingen ser. Blir reaktionerna på någon som tydligt uppger en osann eller redigerad bild av deras liv negativa (Goffman, 2014, s. 10). Resultatet från våra intervjuer visar att målet för många är att uppfattas så lik personen de vill vara som möjligt på Instagram, samtidigt som uppfattningen är att den bilden är autentisk. Annars blir bilden som publiken får att personen är osäker och missnöjd med sig själv, och de känslorna är något som också förknippas med något dåligt enligt våra intervjupersoner.

Vi manipulerar vår omgivning hela tiden speciellt via Instagram men ifall någon blir påkommen är reaktionerna negativa, det är en av de sociala reglerna som finns för självpresentationen. Det blir också en paradox där beteendet går emot vad samhället tycker är okej, men så länge man inte blir påkommen så funkar beteendet. Alla dessa sociala regler som finns på Instagram är viktiga att följa för att intrycket till omgivning ska bli bra, svårigheten blir att reglerna ändras hela tiden efter hur samhället förändras men även trender och reglerna kan vara olika beroende på vilken karaktär du har vilket också är en svårighet. Du kan därmed inte alltid kopiera någon annans beteende på Instagram för att



presentationen måste stämma överens med dig själv för att inte verka falsk. Att vara autentisk blir en viktig del i den digitala presentationen för att lyckas med framträdandet. För att uppfattas som falsk är inte ett godkänt beteende vilket leder till en misslyckad presentation och omgivningens bild av personen blir sämre.

5. Slutsats

Studiens syfte har varit att undersöka hur universitetsstudenter på Linnéuniversitet vill framställa sig själva på Instagram och hur de använder sig av intrycksstyrning för att lyckas med det. Det är viktigt att noga kontrollera och styra hur du uppfattas av andra digitalt för det är en viktig del i hur lyckad ditt framträdande blir. Vilka bilder en person väljer att publicera på Instagram baseras på hur de tror omgivning kommer reagera på dem och utifrån detta försöker de styra de intryck någon kommer få. Vilka intryck andra får av en är grunden till det Goffman kallar att spela upp en teater och för att teatern ska bli lyckad behöver personen kunna förstå vad andra ska tycka om ett framträdande innan det har skett. Ett digitalt framträdande är det som sker på Instagram och tillhör den delen av ett framträdande Goffman hade kallat dekorum och som vi benämner digitalt dekorum, det utan direkt kontakt med publiken. Digitalt dekorum blir en grund för den verkliga kontakt som kommer ske med publiken senare och i dekorummet skapas de första åsikterna och tankarna kring en person. Vi märkte att den centrala delen i studenternas självpresentationer på Instagram handlar om att framställas så positivt som möjligt. Alla de glada eller roliga stunderna visas och det blir viktigt att inte presentera vardagliga eller tråkiga händelser, även att framstå som en positiv person som har det väldigt bra var vitalt. Våra intervjupersoner var väldigt selektiva i vad de valde att publicera och det var viktigt att de bilderna de valde framhävde en positiv bild.

För att kunna förstå om ett beteende kommer vara uppskattat eller inte av publiken så finns det regler och normer som behöver följas. En av dem är att det är viktigt att framstå som att inte anstränga sig så mycket samtidigt som bilden som publiceras är väldigt bra. Exempel på det är att vi upptäckte att publicera en



selfie är dåligt för då visar det på att de har ansträngt sig för att försöka visa upp sitt utseende och ansågs som ytligt, då var det bättre att få bilden tagen av någon annan för det var då inte lika tydligt att någon försökte visa upp sig. En annan regel är att det är viktigt att framstå som autentisk, som att photoshop inte var bra för då försökte någon uppge en falsk bild av sig själv och lura publiken. Men att redigera en bild var ett godkänt beteende för då var det inte en tydlig förvrängning av verkligheten. För om personen på Instagram skiljer sig för mycket åt den personen de kommer träffa i verkligheten, leder det också till att publiken känner sig lurad. Detta är regler som måste följas av universitetsstudenter för att presentationen ska lyckas. Dessa regler avgör ifall ett beteende kommer vara ett godkänt beteende i presentationen eller inte. Det som gör det svårt är att reglerna kan ändras över tid och mellan grupper, därför är det viktigt att jämföra sig med sin omgivning för att lära sig normerna i de grupperna.

För det var inte bara dessa regler som påverkade hur våra intervjupersoner förhöll sig till Instagram utan studenternas omgivning var också en stor del av det. I vår analys kom vi fram till att gruppens påverkan på individen var stor och att följa gruppens normer var viktigt. Speciellt för nya studenter som flyttade hemifrån, för då blev det viktigt att anpassa sig till sin nya miljö. Precis som Festinger beskriver i *social comparison theory* så har jämförelsen en viktig del i hur vi väljer att framstå. Jämförelsen med de i sin grupp blir en stor del för studenterna och det är så de lär sig vilka normer och beteenden som är viktiga och godkända. De jämför sig med de i sin omgivning och ser vilken respons de får på sina inlägg och kan sedan efter det lära sig normerna. Det är dock viktigt att inte bara repetera vad andra lägger ut, för det som publiceras måste stämma överens med det som visas i verkligheten, för att inte verka falsk.

Studenternas vänkretsar blir också en viktig aspekt i sitt skapande av sin digitala identitet enligt Jenkins. De bilder de publicerar på sina vänner i sociala sammanhang på fester eller evenemang kan ses som ett sätt att presentera, och behålla en viss identitet eller bild för sina följare. Att visa upp sitt nya liv på



universitet är ett försök att få social validering av sina följare för att visa vilken grupp av människor som man tillhör. Här spelar intrycksstyrningen en viktig roll om vilken grupp de tillhör, vilka följare man får och vilken digitala identitet som kommer att visas upp på Instagram.

Den digitala självpresentationen som en student gör utgår från att tyda de regler och normer som finns på Instagram samtidigt som de anpassar sig till sin omgivning och de grupper den tillhör. Genom att utgå från det kan student styra de intryck som den sänder ut digitalt via Instagram och därefter få bra förutsättningar för att lyckas med resten av sitt framträdande i den verkliga världen. Det uppstår dock svårigheter i att följa reglerna då de kan förändras och skilja sig samtidigt som det kräver social kompetens för att navigera sig runt dem. Även personens olika grupptillhörigheter och deras åsikter måste tas hänsyn till för att ge ett så bra intryck som möjligt.

6. Diskussion

I vår undersökning har vi upptäckt att de universitetsstudenter på LNU som deltog i vår undersökning använder Instagram för att framhäva sina bästa egenskaper och sitt bästa jag för sina följare. Den digitala identiteten presenterades i form av vilka bilder man publicerade och vilka som var med i dem. Det gav en social validering bland dina följare att visa upp vilka typer av människor man umgicks med, och vilka beteenden som var mer accepterat än andra. Som en påföljd av detta styrdes våra intervjupersoner av olika regler och normer på Instagram, vad var acceptabelt att publicera för att passa in med sina vänner. Att inte använda sig av photoshop var en regel för att verka så autentiskt som möjligt för att stämma överens med det verkliga jaget.

Våra teorier gick hand i hand med varandra och komplimenterade varandra men Goffmans dramaturgiska perspektiv var något som visade sig stå i centrum för vår analys. Hans teori gav oss en ökad förståelse om hur individer väljer att framställa sig själva på sociala medier som Instagram, där interaktionen inte sker på samma sätt som i verkligheten. Digitaliseringen har ger oss den



kontrollen att vara selektiva med vad vi lägger ut, för att göra oss mer attraktiv för andra följare, vänner eller familj. Goffmans begrepp om intrycksstyrning hjälpte oss att förstå hur våra självbilder skapas online och hur det kan styra användaren. Det öppnade upp diskussioner om hur vi som användare blir påverkade av en mängd olika faktorer som vi behöver tänka på. Jenkins teorier hjälpte till att förstå hur våra digitala identiteter skapas, och hur det görs i sociala sammanhang genom de bilder som vi lägger ut. Festingers teori hjälpte oss att se intrycksstyrning på ett annat sätt och hur jämförelse med andra användare kan styra de normer, och beteenden som är acceptabelt på Instagram samt hur det formar vår egen profil. Teorierna har hjälpt oss att förstå vad som styr självpresentationerna på Instagram.

Denna undersökning har öppnat upp diskussioner och reflektioner för hur vi som användare på sociala medier reflektera kring vad vi väljer att publicera med stor eftertanke. Hur vi väljer att bete oss och att hur vi vill framstå spelar stor roll på hur andra kan uppfatta oss. Den digitaliserade världen blir alltmer komplex om hur vi som användare på sociala medier ska vara, och med konstanta förändringen skiftas det hela tiden. Vi präglas konstant av intrycksstyrningar på sociala medier, och våra interaktioner sker oftast på sociala medier innan ansikte mot ansikte interaktioner. Vi har kontrollen om vem vi ska vara men den är begränsad inom ramen om vem vi bör vara enligt andra användare.

6.1.1 Självkritiska reflektioner

Vi kände att under arbetets gång var det svårt att få ärliga intervjusvar, vår känsla var att många svar baserades på en fasad som de försökte hålla upp och eventuellt inte var ärliga. Vi kompletterade det med att försöka ändra vår intervjuguide till mer öppna frågor som baserades mer på handlingar och beteenden än egna tankar och åsikter (se bilaga 3 & 4), sedan utgick med vår analys därifrån.

Vi kunde även ändrat vår intervjuguide och frågorna tidigare. Vi ändrade dem efter ett gäng intervjuer för att få mer analyserbara svar och även mer ärligare



svar men det kunde vi gjort tidigare så vi fått ut mer av de intervjuerna. Vi borde ha använt oss av några pilotintervjuer först för att testa frågorna, men även som träning för oss att bli mer bekväma inför de riktiga intervjuerna.

6.1.2 Nya tankar och idéer

Under undersökningens gång så har vi reflekterat över varför och hur denna transformation av vår sociala vardag har skett. Att den blivit mer och mer digitaliserad och där en stor del av interaktionen med människor sker över nätet på olika sätt. Vi beskrev i vår studie hur skapandet av identitet och grupp relationerna har ändrats tack vare sociala medier och dess påverkan. Så nu efter undersökningen började vi fundera på hur det skiljer sig mellan olika åldrar och klasser. För en gissning är att desto mer tillgång till internet någon har under sin uppväxt ju mer påverkar de sociala mediernas vikt på någons vardag. En person som växte upp under 70- talet där påverkan av internet var obefintlig borde ha ett annat förhållande till den digitala världen och sociala medier i helhet, jämfört med någon som växte upp på 2000- talet. För där blev omfattningen av internet mycket mer vardaglig men även då är den inte alls lika omfattande som den är idag, så då funderar vi på hur utvecklingen av relationen till sociala medier lär vara när dagens generation växer upp. För vi tror relationen till internet, den digitaliserade världen och till sociala medier påverkar vilken påverkan vi låter det ha över våra liv. Hur vi använder Instagram idag lär se annorlunda ut i framtiden eftersom allt digitalt förändras och även sättet det används.

6.2 Vidare forskning

Vi kände också att det finns flera möjligheter till att tillföra mer forskning till detta ämne för att ge en bredare vetenskaplig bild. Något vi fann intressant under vår undersökning och som vi hade sett som ett bra ämne att fortsätta forska på är skillnaden mellan könen. Under våra intervjuer samt vår analys märkte vi en skillnad av inställning till sociala medier mellan könen. Killarna var mer restriktiva och verkade ha andra normer och förhållningssätt från sin omgivning som de kände att de behövde följa, jämfört med tjejerna. En gissning är att det finns olika normer för tjejer och killar om hur de ska bete sig på



Instagram för att passa in i samhället. Därför tror vi det hade varit ytterst spännande att undersöka hur förhållningssättet skiljer sig åt mellan könen. Det vi märkte var att det fanns vissa mönster om att de flesta killar kände mer att lägga ut saker på Instagram inte var något eftersträvansvärt. Det var viktigare att visa att de inte brydde sig om sådana banala saker, men ifall de publicerade saker var det mer viktigt att försöka vara rolig. Tjejernas inställning var annorlunda och de var mer positiva till Instagram och också mer frekventa användare av appen. Det hade varit intressant att undersöka varför dessa skillnader uppstår och även hur de påverkar Instagram påverkan över deras vardagar. Vi kände att vi behövde avgränsa vårt arbete och valde därför att inte fokusera på dessa aspekter men tror att det hade varit ett spännande framtida arbete.

Referenslista:

Berryman, C., Ferguson, C. J., & Negy, C. (2018). Social Media Use and Mental Health among Young Adults. *Psychiatric Quarterly*. 89(1), 307–314.

<https://link.springer.com/article/10.1007/s11126-017-9535-6>

Brown, Z., Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image*. Vol 19. pp. 37-43. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.08.007>

Bryman, A. 2016. *Samhällsvetenskapliga metoder*. 3. uppl. Stockholm: Liber.



Bullingham, L., Vasconcelos, C. A. (2013). The presentation of self in the online world: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101–112.

<https://www.scinapse.io/papers/2128979675#fullText>

Festinger, L. (1954). *A Theory of Social Comparison Processes*.

Forbes. (2022). Top Apps Of 2022 By Installs, Spend, And Active Users: Report.

<https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2022/03/23/top-apps-of-2022-by-installs-spend-and-active-users-report/?sh=2dac808dd3ac>

Goffman, E. (1967). *Interaction Ritual: Essays on Face-to-Face Behavior*.

Goffman, E. (2014). *Jaget och maskerna: En studie i vardagslivets dramatik*. 6. uppl. Stockholm: Studentlitteratur.

Goffman, E. (1971). *Relations in public*.

Jenkins, R. (2000). Categorization: Identity, Social Process and Epistemology. *Current Sociology*. Vol. 48 (3).

Jenkins, R. (2008). *Social identity*. 3. uppl. New York: Routledge.

Jensen Schau, H., Gilly, M. (2003). We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space. *Journal of Consumer Research*. Vol. 30, No. 3, pp. 385-404.

Kepios. (2022). GLOBAL SOCIAL MEDIA STATISTICS.

<https://datareportal.com/social-media-users>



Persson, A. (2012). *Ritualisering och sårbarhet: ansikte mot ansikte med Goffmans perspektiv på social interaktion*. Liber.

Robinson, R. (2021). *The Top 7 Media Sites You Need to Care About in 2022*.

Adobe.

<https://www.adobe.com/express/learn/blog/top-social-media-sites>

Rousefell, K., Gibson, S., McLean, S., Blair, M., Molenaar, A., Brennan, L., Truby, H., McCaffrey, T. (2019). Social media, body image and food choices in healthy young adults: A mixed methods systematic review. *Nutrition & Dietetics* 77(4).

Seehafer, D. (2017). #NOFILTER: EXPLORATION OF Instagram AND INDIVIDUALS' CONCEPTION OF SELF. North Dakota State University of Agriculture and Applied Science.

<https://library.ndsu.edu/ir/bitstream/handle/10365/28395/%23NOFILTER%20Exploration%20of%20Instagram%20and%20Individuals%E2%80%99%20Conception%20of%20Self.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Shensa, A., Escobar-Viera, C. G., Sidani, J. E., Bowman, N. D., Marshal M. P., Primack, B. A. (2017). Problematic social media use and depressive symptoms among U.S. young adults: A nationally-representative study. *Social Science & Medicine*. 182, pp.150-157.

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5476225/pdf/nihms866589.pdf>

Tian, X. (2017). Embodied versus Disembodied Information: How Online Artifacts Influence Offline Interpersonal Interactions. *Symbolic Interaction*. Vol. 40, No. 2 (May 2017), pp. 190-211. <https://doi.org/10.1002/symb.278>



Vaast, E. (2007). Playing with masks: Fragmentation and continuity in the presentation of self in an occupational online forum. *Information Technology & People*. Vol:20 Nr: 4.

<https://www.proquest.com/docview/222395190/fulltextPDF/CB62858D634949B1PQ/1?accountid=14827>

Ytreberg, E. (2020). *Erving Goffman: Jaget och maskerna* (1959). Bengtsson, S., Ericson, S., Stiernstedt, F. (red.). *Medievetenskapens idétraditioner*. 97–110. Lund: Studentlitteratur.

Bilaga 1: Informationsblad

Hej, vi är två sociologistudenter från Linnéuniversitetet i Växjö och undrar ifall du vill delta i en undersökning. Vi skriver just nu en kandidatuppsats om sociala medier med fokus på Instagram och hur skapandet av ens identitet påverkar individens intrycksstyrda identitet på sociala medier, och hur den intrycksstyrda självbilden upprätthålls.

Vi kommer kontakta olika universitetsstudenter från Linnéuniversitet och bjuda in till intervjuer med en av oss i max 40 minuter. Under intervjun kommer vi undersöka på vilket sätt ni använder Instagram och vilka medvetna beslut ni tar innan ni lägger upp en bild.

Ditt deltagande kommer att användas som underlag till vår kandidatuppsats och det är helt frivilligt att delta samt avbryta intervjun när du önskar utan särskild förklaring. Allt material behandlas konfidentiellt, vilket innebär att du som deltagare är anonym. De uppgifter och information som samlas in kommer endast användas i forskningsändamål.

Efter att undersökningen är klar är ni välkomna att ta del av rapporten.

Med vänliga hälsningar,

Jacob Arvidsson

Leon Tu



Bilaga 2: Samtyckesblankett

Konfidentiell hantering av datasäkerhet

Ditt namn och dina personliga uppgifter kommer inte användas i kommersiellt syfte eller icke vetenskapliga syften. Intervjun kommer att spelas in med tillåtelse av deltagande.

Vårt resultat från undersökningen kommer att behandlas under sekretess och ingen utomstående kommer att få reda på vem som har deltagit eller se resultatets svar förutom våra handledare och projektledare. Ni kommer vara och förbli anonyma genom hela processen. Ni är också välkomna att delta i resultatet när det är sammanställt.

Vi kan försäkra er att detta är något som vi strikt kommer att följa!

Samtycke till att delta i denna studie:

Jag har skriftligt blivit informerad om studien och samtycker till att delta.

Jag kommer inte prata om sessionen med andra och det som sägs förbli i rummet.

Mitt deltagande är frivilligt och jag kan avbryta mitt deltagande i denna studie utan att ange några skäl.

Det som sägs under intervjun får användas i akademiskt forskningssyfte.

Leon Tu
07XXXXXXXX
xxxx@student.lnu.se
Linnéuniversitetet, Sociologiprogrammet, Växjö

Jacob Arvidsson
07XXXXXXXX
xxxx@student.lnu.se
Linnéuniversitetet, Sociologiprogrammet, Växjö

Henrik Hultman
04XXXXXXXX
xxxxxxx@lnu.se
Linnéuniversitetet, Universitetslektor, Växjö



Bilaga 3: Första intervjuguiden

Bakgrund om personen

- Vilket år är du född?
- Ålder?
- Kön?
- Utbildning? (Hur länge?)
- Var är du ifrån? (stad kontra liten)
- Vad har du för intressen?

Bakgrund

- Hur mycket använder du sociala medier?
- Hur mycket använder du Instagram kontra de andra?
- Hur ofta är du inne på Instagram?
- Vad brukar du lägga ut?
- Hur selektiv är du i vad du väljer att lägga ut?
- Varför brukar du lägga ut den typen och inte andra typer (selfies, mat, utsikter, på vänner, familj)

Hur vill du framstå

- Vad vill du framhäva när du lägger ut bilder?
- Vem tror du att du framstår som?
- Finns det vissa sekvenser av ditt liv du inte hade kunnat lägga ut, eller vissa typer av bilder?
- Av det du väljer att lägga ut på (resor, mat, vänner) (sorterar du bland detta, att tex du lägger ut när du reser till paris men inte till bromölla, eller på vissa vänner och inte andra, eller viss mat och inte annan?)
- Gör du saker till vardags bara för att kunna lägga upp det på Instagram?
- Vad tror du folk tycker om den personen du framstår som, på Instagram?
- Photoshoppa eller redigerar du dina bilder?

Förväntningar

- Vad förväntar du dig av dina följare när du lägger upp en bild?
- Hur tänker du dig att andra ska reagera på ditt inlägg?
- Hur tar du åt dig den responsen du får?
- Märker du om någon annan bild får mer likes än någon annan?
- Tänker du så om andra personer du följer?
- Vad tänker du om bilden inte får den förväntade responsen som du hade tänkt dig?

Intrycksstyrning av andra

- Vad tänker du på när du ser en bild på Instagram?
- När du ser en ny profil på Instagram, vad baseras ditt första intryck på?
- Jämför du din Instagram profil med andra
- Är det något du känner att du vill förändra med din Instagram?



Bilaga 4: Reviderad Intervjuguide

Bakgrund om personen

- Vilket år är du född?
- Ålder?
- Kön?
- Utbildning? (Hur länge?)
- Var är du ifrån? (stad kontra liten)
- Vad har du för intressen?

Bakgrund

- Hur mycket använder du sociala medier?
- Hur mycket använder du Instagram kontra de andra?
- Hur ofta är du inne på Instagram?
- Vad brukar du lägga ut?
- Hur selektiv är du i vad du väljer att lägga ut?
- Varför brukar du lägga ut den typen och inte andra typer (selfies, mat, utsikter, på vänner, familj)

Hur vill du framstå

- Vad vill du framhäva när du lägger ut bilder?
- Vem tror du att du framstår som?
- Finns det vissa sekvenser av ditt liv du inte hade kunnat lägga ut, eller vissa typer av bilder?
- Av det du väljer att lägga ut på (resor, mat, vänner) (sorterar du bland detta, att tex du lägger ut när du reser till paris men inte till bromölla, eller på vissa vänner och inte andra, eller viss mat och inte annan?)
- Gör du saker till vardags bara för att kunna lägga upp det på Instagram?
- Vad tror du folk tycker om den personen du framstår som, på Instagram?
- Photoshoppa eller redigerar du dina bilder?

Förväntningar

- Vad förväntar du dig av dina följare när du lägger upp en bild?
- Hur tänker du dig att andra ska reagera på ditt inlägg?
- Hur tar du åt dig den responsen du får?
- Märker du om någon annan bild får mer likes än någon annan?
- Tänker du så om andra personer du följer?
- Vad tänker du om bilden inte får den förväntade responsen som du hade tänkt dig?

Intrycksstyrning av andra

- Vad tänker du på när du ser en bild på Instagram?
- När du ser en ny profil på Instagram, vad baseras ditt första intryck på?
- Jämför du din Instagram profil med andra
- Är det något du känner att du vill förändra med din Instagram?
- Vilka typer av bilder brukar dyka upp i ditt flöde?
- Vilka typer av bilder gillar du att kolla på?
- Finns det saker de du följer kan lägga upp som hade förväntat dig?
- Tar du in någons Instagram flöde i hur du uppfattar en person?
- Brukar du fortsätta trender som dyker upp på Instagram ? (kläder, typer av bilder, intressen m.m.)