

«Man vil være som andre, og gjøre som
andre»

*En kvalitativ studie av hvordan unge jenter opplever at
interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning*

True Elgshøen & Thea Skau Weseth



Masteroppgave i spesialpedagogikk
Institutt for spesialpedagogikk
Det utdanningsvitenskapelige fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2018

«Man vil være som andre, og gjøre som
andre»

*En kvalitativ studie av hvordan unge jenter opplever at
interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning*

© True Elgshøen & Thea Skau Weseth

År: 2018

Tittel: «Man vil være som andre, og gjøre som andre»

Forfatter: True Elgshøen & Thea Skau Weseth

<http://www.duo.uio.no>

Trykk: Reprosentralen, Universitetet i Oslo

Sammendrag

Tittel:

«Man vil være som andre, og gjøre som andre»

Bakgrunn:

Instagram og ungdommers selvoppfatning blir i dette studie sett i et interaksjonistisk perspektiv. Unges opplevelse av seg selv kan vanskelig sees på uten at det settes i sammenheng med omgivelsene rundt. De siste årene har sosiale medier blitt en stor del av livet og omgivelsene til ungdom. Tidligere foregikk mye av interaksjonen mellom ungdom ansikt- til- ansikt, men i dag har interaksjon på Instagram og andre sosiale medier overtatt mye av ansikt- til- ansikt interaksjonen. Siden interaksjonen er i fokus brukes teorier fra symbolsk interaksjonisme, med hovedfokus på Mead (1934) og Goffman (1992).

Problemstilling:

Vår problemstilling er:

Hvordan opplever unge jenter at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning?

Instagram, selvoppfatning og symbolsk interaksjonisme er omfattende temaer, derfor har vi utarbeidet tre forskningsspørsmål:

- 1) *Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?*
- 2) *Hvordan blir jentenes selvframstilling påvirket av andres selvframstillinger?*
- 3) *Hvordan påvirker andres selvframstillinger og «likes» unge jenters selvoppfatning?*

Metode:

Som det kommer frem i problemstillingen er det i denne studien informantens egne opplevelser og erfaringer som står i sentrum. Med bakgrunn i dette har vi valgt å ha en kvalitativ tilnærming med et interaksjonistisk og en fenomenologisk innfallsvinkel. Utvalget består av fem jenter som går første året på videregående skole og som har, eller har opp til nylig, vært aktive brukere av Instagram. Datamaterialet er hentet inn fra semistrukturerte

intervjuer med jentene. Alle informantene er anonymisert og har fått tildelt nye navn i studien.

Resultater og funn:

Informantene uttaler seg både positivt og negativt om sine opplevelser knyttet til interaksjonen på Instagram. På en måte kan andres selvframstillinger og «likes» oppfattes som gode inspirasjonskilder og en kilde til bekreftelse, glede og underholdning, men det kommer også frem at andres selvframstillinger og det å få lite «likes» kan gi jentene dårlig «selvtillit» og «selvbilde». Ut fra disse funnene kan det se ut som jentenes selvoppfatning kan bli positivt og negativt påvirket av interaksjonen på Instagram.

Ser vi funnene under ett, dominerer de negative uttalelsene informantene kommer med knyttet til Instagram. Ut fra funnene kan det se ut som selvframstillingene til jevnaldrende og til dels kjendiser, skaper et press på å få mange «likes», ha en idealisert kropp og et perfekt utseende. Dette presset henger trolig sammen med at fire av jentene sammenligner seg med selvframstillingene til både jevnaldrende og kjendiser. Funnene viser at andres selvframstillinger kan fremstå som «signifikante andre» for flere av informantene, og at disse kan sette en slags generalisert og idealisert standard for hvordan brukerne på Instagram bør fremstille seg selv. Som det kommer frem i teorien vi har valgt å bruke, konstrueres selvet og selvoppfatningen i sosialt samspill med andre, eller i denne sammenheng, i interaksjonene jentene har på Instagram. Hvilke generaliserte og idealiserte kroppsidealer jentene har internalisert, og hvordan jentene tar imot, tolker og definerer speilingene fra andres selvframstillinger, kan være med på å påvirke hvordan de ser på seg selv. Derfor vil det være individuelt hvor påvirket jentene blir. Den siste informanten skiller seg litt ut og det ser ikke ut som hennes selvoppfatning blir påvirket negativt på samme måte som hos de andre informantene. Det ser derimot ut som hennes opplevelser på Instagram kan gjøre henne godt, og trolig påvirker henne selvoppfatning positivt. Dette kan henge sammen med at hun bevisst oppsøker det som er bra for henne.

Dette kan bety at det er store individuelle forskjeller på hvor mye opplevelsene knyttet til interaksjon på Instagram påvirker selvoppfatning. Videre er det vanskelig å se Instagram isolert som en påvirkningsfaktor, da også andre opplevelser og medier kan påvirke selvoppfatningen.

Forord

Det er flere personer som må takkes for at denne oppgaven har blitt til. En stor takk til alle informantene som delte sine erfaringer og opplevelser, uten dere hadde det ikke blitt noen oppgave. Takk til skolene som hjalp oss med rekruttering, og for at dere viste interesse for vår oppgave.

Tusen takk til vår veileder Kristin Pedersen for positiv oppmuntring og konstruktive tilbakemeldinger.

Vi ønsker også å takk våre samboere for gjennomlesing av oppgaven, tålmodighet, uvurderlig støtte og kloke ord underveis.

Til slutt vil vi også takke hverandre for et godt samarbeid, konstruktive diskusjoner og støtte i prosessen. Samarbeidet har vært avgjørende for at oppgaven ble slik den ble.

Denne oppgaven er skrevet av True Elgshøen og Thea Skau Weseth. Etter krav fra Universitetet i Oslo er vi pliktige til å redegjøre for hvem som har hatt hovedansvaret for de ulike kapitlene i oppgaven. Vi har samarbeidet tett gjennom hele prosessen og har skrevet hele oppgaven sammen. Thea står for teksten og oppgaven like mye som True står for teksten og oppgaven. Det er derfor svært vanskelig å skille hvem som har skrevet hva. Siden dette likevel er et krav, definerer vi «hovedansvar» som den av oss som har hatt siste gjennomlesing av kapittelet. Thea har hatt hovedansvar for kapittelet om «Teoretisk rammeverk og forskningsmessig bakgrunn» (kap. 2), «Forskningsdesign og metode» (kap. 3) og «Avsluttende kommentarer» (kap. 5). True har hatt hovedansvar for «Innledning» (kap. 1), samt «Presentasjon og drøfting av datamaterialet» (kap. 4).

True Elgshøen & Thea Skau Weseth

Oslo, mai 2018

Innholdsfortegnelse

1	Innledning.....	1
1.1	Tema	1
1.2	Bakgrunn og formål	4
1.3	Problemstilling.....	5
1.3.1	Forskningsspørsmål	5
1.4	Disposisjon.....	6
2	Teoretisk rammeverk og forskningsmessig bakgrunn.....	8
2.1	Tidligere forskning	8
2.2	Sosiale medier	10
2.2.1	Instagram.....	11
2.3	Selvpoffatning og psykisk helse blant unge.....	12
2.3.1	Selvpoffatning.....	14
2.4	Oppvekst og ungdomstid	15
2.4.1	Erikson sin forståelse av tenåring- og ungdomsfasen	15
2.4.2	En tid for forandring, sammenligning og vennskap.....	17
2.4.3	Den digitale og flytende oppveksten	19
2.5	Symbolsk intraksjonisme	20
2.5.1	Interaksjon	21
2.5.2	Mead: speilingsteori og selvkonstruksjon.....	22
2.5.3	Hvordan forstå interaksjon og påvirkning på Instagram	26
2.5.4	Selvets teater: Goffmans teori om rollespill i det daglige	27
2.5.5	Hvordan forstå selvframstilling på Instagram	28
2.6	Oppsummering.....	30
3	Forskningsdesign og metode	31
3.1	Vitenskapsteoretisk forankring	31
3.1.1	Vitenskapsteoretiske perspektiv.....	32
3.2	Førforståelse	33
3.3	Metodisk tilnærming.....	34
3.3.1	Forskningsintervju som metode.....	35
3.4	Datainnsamling	36
3.4.1	Utvalg og informanter	36
3.4.2	Rekruttering.....	38
3.4.3	Intervjuguide.....	39
3.4.4	Prøveintervju	40
3.4.5	Gjennomføring av intervjuene.....	41
3.5	Databehandling	44
3.5.1	Transkribering	44
3.5.2	Dataanalyse og koding	45
3.6	Vurdering av undersøkelsens kvalitet	46
3.6.1	Validitet	46
3.6.2	Reliabilitet	50
3.7	Etiske hensyn	51
3.8	Oppsummering.....	53
4	Presentasjon og drøfting av datamaterialet.....	54
4.1	Forskningsspørsmål 1: Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?	54

4.2	Drøfting av forskningsspørsmål 1 i lys av teori	55
4.3	Forskingsspørsmål 2: Hvordan blir jentenes selvfremsstilling påvirket av andres selvfremsstillinger?.....	57
4.3.1	Følger og følgere.....	57
4.3.2	Jentene legger ut.....	57
4.3.3	«Online» og «offline»	58
4.3.4	Jevnaldrendes bilder/profiler	58
4.3.5	Sammenligning.....	59
4.4	Drøfting av forskningsspørsmål 2 i lys av teori	61
4.4.1	Jentenes og andres selvfremsstilling på Instagram.....	61
4.4.2	Sammenligning.....	65
4.4.3	«Likes»	69
4.5	Forskingsspørsmål 3: Hvordan påvirker andres selvfremsstillinger og «likes» unge jentenes selvoppfatning?.....	71
4.5.1	Positive uttalelser- påvirkning.....	71
4.5.2	Negative uttalelser - påvirkning	72
4.6	Drøfting av forskningsspørsmål 3 i lys av teori	74
4.6.1	Å se hva andre gjør	74
4.6.2	Kropp, utseende og sammenligning.....	77
4.6.3	«Likes»	83
4.7	Oppsummering av de viktigste funnene.....	85
4.7.1	De generaliseres betydning for unges selvoppfatning og psykiske helse.....	88
5	Avsluttende kommentarer	91
5.1	Et kritisk blikk	91
5.2	Spesialpedagogisk relevans og behov for videre forskning.....	92
	Litteraturliste	93
	Vedlegg 1: Informasjonsskriv til rektor.....	102
	Vedlegg 2: Informasjonsskriv til deltakere i forskningsprosjektet	104
	Vedlegg 3: Intervjuguide	106
	Vedlegg 4: Samtykkeerklæring.....	112
	Vedlegg 5: Godkjenning fra NSD	113

1 Innledning

1.1 Tema

Uansett om du er på kafe, i parken, på t-banen eller på gata møter du folk som har blikket festet på en lysende interaktiv liten boks. Telefonene har nærmest blitt en forlengelse av kroppen, der vi konstant er tilkoblet alle andre og befinner oss i vår egen digitale verden. Smarttelefoner og nettbrett har gjort veien til sosiale medier kort og muligheten til å kommunisere med andre og å være «pålogget» til alle døgnets tider er stor (Aalen, 2015).

Norsk institutt for forskning om oppvekst, velferd, og aldring (NOVA) (Bakken, 2017, s. 18 & 64) fremhever at digitale medier har fått en vesentlig plass i unges hverdag, og er nå en viktig del av unges sosiale liv, samt skolearbeid. I rapporten utdypes det at den nye teknologien gjør at barn og unge har nye måter å komme i kontakt med jevnaldrende på, samt at mediene er en betydningsfull formidlingskanal for hva som skjer i ungdomskulturen. Dette omhandler blant annet å holde kontakt med venner, festarrangering, politisk markering og konserter. Tall fra Statistisk sentralbyrå (SSB) (2017, s. 94, 78 & 80) underbygger dette og viser at 92 prosent av jenter i alderen 16-19 år bruker sosiale medier daglig eller nesten daglig.

Teknologien er i stadig utvikling og forandrer seg fort (Turkle, 2011). Bauman (2001) hevder at den postmoderne verden vi lever i er en flytende modernitet. En verden som forandrer seg fort, og som det er vanskelig å holde fast i (Bauman, 2001). Det kommer stadig nye apper og teknologiske funksjoner på smarttelefonene. Her viser forskning at Facebook, Snapchat og Instagram er de mest populære sosiale mediene for unge jenter i 15-16 års alderen (Medietilsynet, 2016, s. 55). Ved bruk av disse mediene gis det mulighet til å få kontinuerlig og raske tilbakemeldinger fra andre (Instagram, 2018a). Pubertet- og ungdomsårene er en sårbar periode, der den unge blant annet skal finne sin identitet og knytte nære relasjoner til andre. Interaksjon med jevnaldrende er svært betydningsfull, og den unge vil gjerne være en del av et sosialt felleskap og en ungdomskultur (Erikson, 1968, s. 229-234). På Instagram kan unge presentere seg selv slik de ønsker og dele opplysninger om sine liv, hvem de er sammen med og hva de gjør og det de «liker» (Bakken, 2016, s. 14; Aalen, 2015). Tall fra Ungdata

(2018) viser at 28 prosent av elever på videregående bruker over tre timer på sosiale medier daglig.

I ungdomsundersøkelsen «Hør på meg!» fra 2013, ble det avdekket at det fra 2010 til 2013 hadde vært en tydelig økning fra 12 til 17 prosent av jenter som ikke er fornøyd med egen kropp og har et negativt selvilde (Hartberg & Hegna, 2014, s. 3, 7 og 8). Kristinn Hegna, som var prosjektleder for undersøkelsen, påpeker at forklaringen på de høye tallene trolig kommer av at de unge føler at de kommer til kort i en stresset hverdag, da det er mange krav til fritidsaktiviteter, skoleprestasjoner og utseende (Eriksen, 2016). Videre uttrykker hun at sosiale medier bidrar til at det er et økt press fordi det da blant annet er lett å sammenligne seg med andre. Sammenligningene er da ofte knyttet til bilder som er redigerte og spesielt utvalgte for å gi et positivt inntrykk. Hegna utdyper at ungdom er spesielt sårbare for denne typen sammenligninger (Eriksen, 2016).

I samsvar med Hegna (Eriksen, 2016) forstår vi det også slik at det å være «pålogget» og i interaksjon til alle døgnetts tider kan påvirke hvordan unge jenter ser på seg selv og deres selvoppfatning. Hvordan unge jenter ser og opplever seg selv, vil videre ha betydning for deres psykiske helse (Berg, 2005, Uthus, 2017). I skolen spiller blant annet god psykisk helse en viktig rolle for at unge skal være i stand til å dra nytte av undervisningen, og dermed øke deres muligheter for læring og utvikling. Det er en positiv spiral mellom god læring og god psykisk helse. De siste årene har også psykisk helse fått økt oppmerksomhet i skolen (Uthus, 2017, s. 5-6). Uthus (2017, s. 6) skriver at «En årsak til dette er at undersøkelser viser en økning i psykiske helseplager hos barn og unge». Folkehelseinstituttet (FHI) (2018, s. 59) viser til at 7 prosent av ungdom i alderen 15- 20 år har psykiske lidelser. Videre viser tall fra FHI (2018, s. 59) at andelen jenter mellom 15 og 20 år som har psykiske lidelser, har økt med 40 prosent de siste årene. Hva som er årsaken til at enkelte får psykiske lidelser og vansker vet vi fortsatt lite om. Men det er bred faglig enighet om at det er en kombinasjon av psykologiske og sosiale faktorer (Nordahl, Sørli, Manger & Tveit, 2005; Ogden, 2015; Lund, 2012; Damsgaard, 2003; Mogstad, 2017; Berg, 2005; Uthus, 2017).

Det finnes også noe forskning som indikere at det er en sammenheng mellom økt risiko for depressive symptomer hos de flittigste brukerne av sosiale medier (Lin, Sidani, Shensa, Radovic, Miller, Colditz, Hoffman, Giles, Primack, 2016; Breus, 2017), og det presiseres i Oppvekststatusen til Barne,- ungdoms- og familiedirektoratet (Bufdir) 2017 at det er behov

for mer kunnskap om effekten sosiale medier har på den psykiske helsen. I samsvar med dette påpeker Mogstad (2017, s. 133) at på grunn av at den teknologiske utviklingen og ulike trender innenfor sosiale medier går så fort, har de ulike mediene rukket å bli umoderne før forskere er ferdig med forskningen. Dette fører blant annet til at det ikke finnes mye langtidsforskning som kan si noe om sammenhengen mellom bruk av sosiale medier og psykisk helse. Til tross for dette finnes det en del forskning som har hatt hovedfokus på sammenhengen mellom bruk av Facebook og kroppsbilde (Fardouly, Diedrichs, Vartanian & Halliwell, 2014, s. 38; Jacobsen, 2016; Fardouly & Vartanian, 2016, Eckler, Kalyango & Paasch, 2016). Grunnen for at kroppsbildeforskning primært har omhandlet Facebook kommer av at Facebook er det mest populære sosiale mediet plattformen i verden, men det påpekes at det er nødvendig med mer longitudinell og eksperimentell kroppsbildeforskning på Instagram (Fardouly & Vartanian, 2016, s. 1).

Med bakgrunn i dette synes vi det er interessant å se om det kan være en sammenheng mellom unge jenters selvoppfatning og bruk av Instagram. Vår tanke er at interaksjonen på Instagram kan påvirke unge jentenes selvoppfatning. Det er likevel viktig å påpeke at interaksjonen på Instagram ikke alene former jentenes selvoppfatning. Det er mange andre faktorer som også spiller inn, og opplevelser kan vanskelig sees uten at det settes i sammenheng med omgivelsene rundt. Instagram kan likevel være en viktig enkeltfaktor, og sett i et interaksjonistisk lys kommer det an på hvor betydningsfull interaksjonen på Instagram er for at skal kunne påvirke selvoppfatningen (Blumer, 1969, s. 79-89; Bø, 2005, s. 25, 29 & 343).

Symbolsk interaksjonisme vil i denne oppgaven bli brukt som teoretisk innfallsvinkel. I studier av den sosiale virkelighet egner symbolsk interaksjonisme seg godt som analyseverktøy og teoretisk innfallsvinkel fordi den vektlegger interaksjon for å forstå atferd og utvikling (Levin & Trost, 1996, s. 11-12). Innenfor symbolsk interaksjonisme eksisterer det flere retninger, det er mange temaer som behandles og teorien er omfattende. Vi vil derfor uttrykke vår ydmykhet for symbolsk interaksjonisme som teori. Litteraturen som er skrevet er utfordrende å lese, og elementene i teorien er vanskelig å forstå. Vi har ikke studert teorien lenge nok til å forstå kompleksiteten ved alle aspektene i teorien. Det er mange som har mer kunnskap om symbolsk interaksjonisme enn oss, og de ville trolig ha anvendt den annerledes. Vår presentasjon av symbolsk interaksjon i oppgaven er derfor ikke på noen måte fyllestgjørende. Vi har valgt og konsentrerer oss om de teoriene og begrepene vi ser på som

relevante for vår problemstilling. For å belyse fenomenet Instagram sin påvirkning på unge jenters selvoppfatning har vi i dette tilfellet lagt fokus på hvordan symbolsk interaksjonisme forstår interaksjonen (Levin & Trost, 1996, s. 16-17), hvordan Georg Herbert Mead (1863-1931) forstår selvets utvikling (Mead, 1934), og hvordan Erving Goffman (1922-1982) sammenligner det sosiale liv med det som skjer på et teater (Goffman, 1992). Goffman (1992) anvender begrepet selvpresentasjon, i denne oppgaven vil begrepene selvpresentasjon og selvfremstilling bli brukt om hverandre.

1.2 Bakgrunn og formål

Formålet med studien er å få innblikk i hvordan interaksjon på Instagram, som er et relativt nytt fenomen, kan påvirke unge jenters selvoppfatning. Vi som skriver denne oppgaven er verken medievitere eller eksperter på sosiale medier eller Instagram, men vi er opptatt av, og interessert i, å se på hvordan Instagram som enkeltfaktor kan være med på å påvirke unge jenters selvoppfatning. Selvoppfatningen er som nevnt en del av den psykiske helsen, og hvordan jentene har det med seg selv vil spille inn på deres skolehverdag og læring. Mange voksne kjenner trolig ikke til alle funksjonene på sosiale mediene og Instagram (Mogstad, 2017, s. 124). Med bakgrunn i dette har vi også i vår studie et ønske om at pedagoger, som daglig er i kontakt med ungdom, skal rette oppmerksomheten mot hvordan unge jenters selvoppfatning kan påvirkes av interaksjon på Instagram. Det kommer frem i Kunnskapsløftet 2006 (Utdanningsdirektoratet, 2006, s. 7) at skolen skal jobbe med elevens faglige og sosiale utvikling. Det er av den grunn viktig at læreren har kunnskap om sosiale medier, selvoppfatning og psykiske helse fordi dette er sentrale og viktige komponenter i de unges liv. I forslag til revidering av Kunnskapsløftet (Utdanningsdirektoratet, 2017, s. 13) fremkommer et nytt begrep «*livsmestring*». Dette handler om at elevene skal lære å kunne påvirke og forstå elementer som har betydning for mestring av eget liv. Elevene skal lære å håndtere motgang og medgang. Videre påpekes det at aktuelle områder å jobbe med er fysisk- og psykisk helse, mediebruk og levevaner (Utdanningsdirektoratet, 2017, s.10-13).

Før vi presenterer problemstillingen vil vi understreke at denne oppgaven ikke presenterer universelle sannheter om hvordan Instagram kan påvirke unge jenters selvoppfatning. Det finnes andre innfallsvinkler å belyse fenomenet gjennom enn symbolsk interaksjonisme. Forståelsen av Instagrams påvirkning på selvoppfatningen som her brukes er utelukkende basert på våre funn, og det er ikke meningen at det skal kunne generaliseres.

1.3 Problemstilling

Da vi startet forskningsarbeidet lød problemstillingen som følger: «*Hvordan opplever unge jenter at på sosiale medier påvirker deres selvoppfatning?*». Ut fra denne problemstillingen hadde vi en intensjon om å belyse hvordan både *Instagram* og *Snapchat*, som sosial billedelingstjeneste, påvirker unge jenter selvoppfatning. Etter transkriberingen innså vi at det ville bli for omfattende å belyse begge billedelingstjenestene. Dette fordi vi hadde store mengder med datamateriale vi ikke hadde mulighet til å få belyst på en god og utdypende måte. Vi valgte derfor å avgrense oss til *Instagram*. Dette ble valgt fordi jentene svarte mest utdypende på spørsmålene som omhandlet *Instagram*.

Ut fra funnene, samt relevant teori om *Instagram*, ungdom og symbolsk interaksjonisme, og litteratur om kvalitative undersøkelser, formulerte vi følgende problemstilling:

Hvordan opplever unge jenter at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning?

Problemstillingen kan anses som omfattende, og for å kunne besvare den overordnede problemstillingen på best mulig måte har vi utarbeidet tre forskningsspørsmål som kan konkretisere problemstillingen og avgrense temaene i denne sammenheng. I tillegg til dette har vi valgt å avgrense oss til jenter som går første året på videregående skole i Oslo og omegn.

1.3.1 Forskningsspørsmål

Forskningsspørsmålene vi har utarbeidet har vi laget for å presisere hvilke temaer innenfor *Instagram* og symbolsk interaksjonisme vi vil ta for oss i oppgaven. Disse forskningsspørsmålene blir også brukt for å knytte *Instagram* og symbolsk interaksjonisme sammen. Videre vil forskningsspørsmålene bli anvendt i drøftingen for på denne måten å få en ryddig og logisk sammenheng mellom de ulike temaene og for å kunne belyse problemstillingen på en god måte. Interaksjon er et omfattende begrep. I denne undersøkelsen vil interaksjonen på *Instagram* være avgrenset til å omhandle selvfremstillinger og «likes». Forskningsspørsmålene er:

- 1) *Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?*
- 2) *Hvordan blir jentenes selvfremsstilling påvirket av andres selvfremsstillinger?*
- 3) *Hvordan påvirker andres selvfremsstillinger og «likes» unge jenters selvoppfatning?*

Formålet med det første forskningsspørsmålet er å få en oversikt over jentenes relasjon til Instagram, dette ved blant annet å belyse tidsbruken og hvilke behov jentene dekker ved å være i interaksjon med andre på Instagram. I symbolsk interaksjonisme må ofte noe være signifikant for at det skal kunne være med å forme selvet. Det vil derfor være viktig for oss å belyse om Instagram er betydningsfullt for våre informanter, for dermed videre å kunne belyse hvilken påvirkningskraft det kan ha på jentenes selvoppfatning.

Formålet med det andre forskningsspørsmålet er å belyse hvordan informantens roller og selvfremsstillinger påvirkes av andres selvfremsstillinger og roller. Vi ønsker her å se om det blant annet er ulike normer, eller et press, på hvordan jentene fremstiller seg selv på Instagram, samt hvordan dette kan påvirke deres selvfremsstillinger. Med dette forskningsspørsmålet ønsker vi videre å se på hvilken betydning jevnaldrende og kjendiser har for jentenes selvfremsstilling og om disse lager signifikante eller generaliserte roller som er med på å påvirke informantenes selvfremsstillinger på Instagram.

Formålet med det tredje forskningsspørsmålet henger nært sammen med de to overnevnte. Vi må først finne ut om Instagram er betydningsfullt, og hva som påvirker, før vi kan se nærmere på hvordan interaksjonene på Instagram påvirker jentenes selvoppfatning. Temaene vi her ønsker å ta for oss er hvordan *andres selvfremsstillinger* og tilbakemeldinger i form av «likes» kan påvirke jentenes selvoppfatning.

1.4 Disposisjon

Vi har i kapittel 1 redegjort for bakgrunn og begrunnelse for valg av tema og problemstilling, etterfulgt av avgrensning og forskningsspørsmål. I kapittel 2 redegjør vi for teorigrunnlaget som legger føringer for gjennomføring av studien. Her redegjøres det blant annet for begrepet selvoppfatning, sosiale medier, Instagram og symbolsk interaksjonisme. Deretter følger et metodekapittel, hvor det redegjøres og reflekteres rundt metodiske valg og forskningsprosessen. I kapittel 4 blir funnene presentert etter forskningsspørsmålene og blir deretter drøftet fortløpende. Avslutningsvis vil vi oppsummere funnene og ha et kritisk blikk

på studien, og eventuelle forslag til videre forskning rundt tema og temaets relevans for spesialpedagogikken.

2 Teoretisk rammeverk og forskningsmessig bakgrunn

I dette kapittelet vil det presenteres teori som vil bidra til å belyse problemstillingen og prosjektets tema. Først vil vi redegjøre for tidligere forskning før vi tar for oss hva som kjennetegner sosiale medier, samt bildedelingstjenesten Instagram. Videre vil det gjøres rede for psykisk helse, selvet og selvoppfatning for deretter å knytte disse sammen, før vi tar for oss oppvekst og ungdomstid. Deretter vil det rettes et blikk mot symbolsk interaksjonisme hvor vi blant annet vil gjøre rede for begrepet interaksjon. Hovedtyngden i denne delen vil omhandle deler av teorien til Mead (1934) og Goffman (1992).

2.1 Tidligere forskning

Slik det fremkommer i innledningen er mye av den aktuelle forskningen knyttet til sammenhengen mellom kroppsbilde og Facebook. Vi tolker det likevel slik at denne forskningen kan være relevant for vår undersøkelse fordi både Facebook og Instagram er sosiale medier der bilder deles og sees. Kroppsbilde kan også oppfattes som en sentral dimensjon av selvilde som blant annet er knyttet til hvordan du ser på deg selv eller din selvoppfatning (Aalen og Enli 2017; Duesund, 1995, s. 61; Jacobsen, 2016; Skaalvik & Skaalvik, 2013, s. 84). I dette kapittelet ønsker vi derfor først å vise til forskning som har sett på sammenhengen mellom Facebook og kroppsbilde (Eckler et al., 2016; Fardouly et al., 2014, s. 38; Fardouly & Vartanian, 2016; Jacobsen, 2016). Videre vil vi vise til forskning utført av Royal Society for Public Health (2017) (RSPH), som er rettet mot mediers innflytelse på den psykiske helsen, før vi avslutningsvis tar for oss funn fra en amerikansk longitudinellstudie som har undersøkt *hva teknologien gjør med mennesker* (Turkle, 2011, s. Xiii).

Forskningen viser at kroppsbildet blir negativt påvirket av å bruke mye tid på Facebook. I disse undersøkelsene kommer det frem at mye bildeeksponering av vellykkede kropper, kan få brukeren til å føle seg elendig. Det fremkommer også at disse brukerne har en påvist større risiko for å føle seg mislykket når de ser «perfekte» bilder av venner og andre de kan identifisere seg med, enn når de ser bilder av uoppnåelige kjendiser (Fardouly & Vartanian, 2016, s. 3; Jacobsen, 2016). Annen forskning viser at jenter som sammenligner seg med

andre på Internett får dårligere selvbylde av dette (Fardouly et al., 2014, s. 38). En annen studie viste noe av det samme, at jenter som bruker mye tid på å se på bilder av venner på Facebook blir mer usikre på sitt eget utseende sammenlignet med de som bruker mindre tid på Facebook (Eckler et al., 2016, s. 249). Triggeman og Salter (2013, s. 618) diskuterer om sosiale medier er synderen bak fokuset på utseende blant unge jenter, eller om det er slik at sosiale medier tiltrekker seg jenter som allerede er opptatt av utseende. Deres forskning tyder på at det kan være det sistnevnte som er tilfellet.

I en undersøkelse (RSPH, 2017) ble unge i aldrene 14-24 år bedt om å rangere de fire mest populære sosiale nettstedene ut fra innvirkning de hadde på deres følelser rundt depresjon, ensomhet, angst, mobbing og kroppsbilde. Funnene viste at Instagram og Snapchat kom dårligst ut, og at disse hadde størst negativ innvirkning på unges psykiske helse. Rapporten fremhever blant annet at deling av videoer og bilder gjør at brukerne blir redde for å gå glipp av ting, noe som blant annet kan føre til en følelse av utilstrekkelighet og angst. Det fremkommer også at ni av ti jenter ikke er tilfreds med sin egen kropp når de sammenligner seg med bilder av andre. I rapporten fremheves det videre at Instagram kan ha en rekke positive effekter på unge blant annet fordi brukeren kan fremstille seg selv på sitt beste. De kan eksempelvis tilpasse bilder og videoer på profilene sine slik at de kan identifisere seg med verden rundt seg. Det er også en plattform hvor unge kan dele kreativt innhold, og uttrykke interesser og lidenskap med andre (RSPH, 2017).

Turkle (2011) hevder blant annet at tilgjengeligheten til mobilene er så psykologisk kraftfull at det forandrer hva mennesker gjør og hvem de er. Dette kommer eksempelvis frem gjennom at når unge er sammen med venner, nekter de hverandres oppmerksomhet, noe som fører til at de egentlig ikke er sammen med hverandre, men som Turkle (2011) utdyper er de «Alone Togheter». Turkle (2011) mener at mennesker i dagens samfunn er redde for å være alene, og at mennesker derfor klynger seg til mobiltelefonen for å ikke føle seg alene. Å være alene føles som et problem som må løses. Derfor bruker mennesker teknologi til å definere seg selv, gjennom å dele tanker og følelser mens de er der (Turkle, 2011, s.176). Problemet er at mennesker egentlig ikke har kontakt og ikke kjenner seg selv, fordi de nesten ikke føler seg selv. Turkle (2011) sine funn viser videre at mennesker i den moderne verden ikke lenger ønsker å snakke ansikt- til- ansikt fordi det tar tid her og nå, samtidig som individet ikke kan kontrollere hva folk sier. Teknologien kan hjelpe individet til å kontrollere sin

selvkonstruksjon slik at individet kan presentere seg slik som individet ønsker, den gir mulighet til å legge til og fjerne (Turkle, 2011, s. 191).

2.2 Sosiale medier

Først i dette delkapittelet vil vi gi en beskrivelse av sosiale medier, samt nevne noen sentrale kjennetegn. Videre vil vi kort gjøre rede for Instagram som sosialbilledelingstjeneste.

Fra 1980-1990-tallet kom digitale teknologiformer som pc, internett og mobil inn i manges hverdag. I starten var denne teknologien knyttet til arbeidslivet, men i dag er internett og sosiale medier også blitt en stor del av hverdagen (Bakken, 2017, s. 18 & 64; Mogstad, 2017, s. 124). Fremveksten av sosiale medier har endret måten vi kommunisere på i hverdagen og i jobbsammenheng. Brukerne av sosiale medier er blant annet privatpersoner som kommuniserer med andre brukere, men sosiale medier brukes også til nyhetsformidling, politiske ytringer, markedsføring, samt offentlig informasjon (Aalen & Enli, 2017; Bakken, 2017, s. 64). I Store norske leksikon definerer Aalen og Enli (2017) sosiale medier som «nettsider og apper som tilrettelegger for å skape og dele innhold, og å delta i sosiale nettverk». Det kan for eksempel være Facebook, Instagram, Twitter og Snapchat og Youtube (Aalen & Enli, 2017).

I boka *Sosiale medier* (2015, s. 19) skriver Aalen at sosiale medier er en sekkebetegnelse, men det er likevel to trekk hun mener er spesielt sentrale. For det første er det ikke et tydelig skille mellom avsender og publikum. De samme personene kan både konsumere og produsere. Sosiale medier legger for det andre til rette for mange-til-mange- kommunikasjon. Til forskjell fra sosiale medier så har sosial nettverkstjeneste (SNS) en anerkjent definisjon laget av boyd og Ellison (2007, s. 211-214). For at det skal kunne kalles en SNS må følgende tre kriterier være oppfylt:

- 1) Alle brukere har egne profiler, disse profilene består av innhold laget av brukeren selv, av systemet og/eller av andre brukere.
- 2) I de ulike sosiale nettverkstjenestene kan brukerne lage en liste over relasjoner, for eksempel venner eller følgere. For andre brukere er denne listen synlig, og ved å trykke på venner eller følgere på listen kan brukerne nå andre brukeres profiler.

- 3) Innholdet i nyhetsstrømmen er brukergenerert og brukeren kan selv konsumere, interagere og/eller produsere «likes», kommentarer eller lignende i nyhetsstrømmen.

De siste årene har spesielt ungdoms bruk av sosiale medier økt kraftig (Aalen, 2015, s. 35), og mange undrer seg kanskje over hva drivkraften bak bruken er. Behovet for å kommunisere med andre er ikke et nytt fenomen. Sosiale medier dekker på den måten et allerede eksisterende eller et gammelt behov. Mennesker har videre et grunnleggende behov for å føle seg inkludert og akseptert (Aalen, 2015, s. 35-36). I følge Aalen (2015, s. 35) handler bruken av sosiale medier om sosial aktivitet og behovet mennesket har for å føle samhørighet og bli akseptert. Aalen (2015, s. 35) henviser til medieteoretikeren McQuails (1987, s. 73) som har utformet en liste over hva forskning viser er årsaken til hvorfor mennesker bruker tid på massemedier. Selv om dette ikke er en liste som direkte omhandler sosiale medier uttrykker Aalen (2015, s. 35-36) at mennesker har de samme behovene som i 1987. Sosiale medier har bare blitt den nye teknologien som dekker disse behovene. Behovene McQuails har utarbeidet er 1) *informasjon*, 2) *underholdning og tidsfordriv* 3) *felleskap og sosial interaksjon* og 4) *personlig identitet* (Aalen, 2015, s. 35-36).

2.2.1 Instagram

Instagram ble lansert i 2010 og er en sosial bildedelingstjeneste. Den har som formål at folk skal kunne dele bilder og korte videoer med andre. Instagram er en app som alle brukerne gratis kan laste ned via sin smarttelefon. Aldersgrensen for å ha Instagram er 13 år (Instagram, 2018a). Ved bruk av Instagram kan du både fotografere, redigere og dele bilder i løpet av noen sekunder (Wendt, 2014, s. 7). På Instagram kan man ha en åpen profil og en lukket profil. Med åpen profil menes at alle som besøker profilen din kan se bildene dine. Har du en åpen profil betyr det at det bare er de du velger som kan se det du legger ut på profilen din (Instagram, 2018b).

I dag er Instagram en av de mest populære sosiale mediene som finnes og har over 800 millioner aktive brukere (Instagram, 2018c). I Norge har 54 prosent av befolkningen en Instagramkonto (Ipsos, 2018). Det er mange forskjellige brukere av Instagram og det kan være alt fra kjendiser, politikere, inspirasjonskontoer og vanlige mennesker som deler bilder fra sitt liv (Matre & Estensen, 2013). Mange av brukerne på Instagram er unge, og er som nevnt, mest populær blant norske jenter i aldersgruppen 15-16 år (Medietilsynet, 2016, s. 55).

Bildene som blir lagt ut på Instagram er ofte hverdagslige, og kan blant annet vise bilder av fritid, ferie, venner og ulike arrangementer (Aalen, 2015, s. 44). Til tross for at bildene er hverdagslige, er de ofte selektive, og fremstiller folk fra sin beste side. Noe som betyr at brukerne er nøye med å velge ut bilder, skjuler det de er mindre fornøyd med, samt fremhever de positive kvalitetene sine (Toma & Carlson, 2015, s. 93-94). Forskning viser at brukere ønsker å fremstå som attraktive på sosiale medier, og laster bare opp bilder som fremhever de som attraktive (Brandes & Levin, 2014, s. 754; Fardouly & Vartanian, 2016, s. 1). Bildetypen «selfie» er særlig populær på Instagram. En «selfie» på Instagram vil si at brukeren tar et bilde av seg selv for deretter å publisere bildet på profilen sin (Manovich, 2016, s. 15; Matre & Estensen, 2013). På Instagram har brukeren mulighet til å *redigere* og *filtrere* bildene. Redigering vil si at brukeren redigerer eller fikser på et bilde manuelt gjerne ved bruk av filter slik at et bilde kan se bedre ut (Tifentale, 2016, s. 11).

På Instagram finnes det ulike kommunikasjonsverktøy som; kommentarer, personlige meldinger og «likes» (Instagram, 2018a). I følge Wendt (2014, s. 20 & 27) er Instagram utformet for å motivere brukerne til å kommentere og «like» hverandres bilder.

Kommentarene folk gir på andres bilder varierer noe, men ofte uttrykker de hengivenhet og kjærlighet (Brandes & Levin, 2013, s. 746). I tillegg skal «likes» blant annet fungere som en form for anerkjennelse og kompliment. «Likessymbolet» på Instagram er et hjerte. 33 prosent av jenter i alderen 15-16 år mener at det er viktig å få tilbakemeldinger på sosiale medier (Medietilsynet, 2016, s. 56). Tall fra NOVA (Bakken, 2017, s. 18) viser at noen unge er opptatt av å ha en stor vennegjeng og mulighet til å få mange «likes» på sosiale medier. Andre er mer opptatt av kvaliteten på vennskapet og trives godt med «få», nære og gode venner.

2.3 Selvoppfatning og psykisk helse blant unge

Verdens helseorganisasjon (WHO, 2018) uttrykker at psykisk helse er en essensiell og viktig del av helsen, og definerer helse på følgende måte: «Health is a state of complete physical, mental and social well-being and not merely the absence of disease or infirmity.» Videre skriver WHO (2018) at en viktig komponent i denne definisjonen av helse er at psykisk helse er mer enn fraværet av psykiske lidelser. WHO (2014) definerer psykisk helse som:

Mental health is defined as a state of well-being in which every individual realizes his or her own potential, can cope with the normal stresses of life, can work productively

and fruitfully, and is able to make a contribution to her or his community. (WHO, 2014)

Vi forstår det som står over som at alle har en psykisk helse uavhengig av om personen har en psykisk lidelse eller en funksjonshemning. I likhet med WHO (2014 & 2018) ser vi på helse og kropp som sammensatt og ikke som dualistisk. Med dette mener vi at vi ikke kan skille den fysiske og psykiske helsen fra hverandre, men at disse to komponentene henger sammen og er gjensidig avhengig av hverandre. Slik vi forstår det overnevnte, handler psykisk helse om en tilstand av velvære, der individet blant annet kan håndtere normale stressituasjoner, samt realisere sine muligheter. God psykisk helse er videre knyttet til om individet kan arbeide på en produktiv og fruktbar måte, og ha mulighet til å bidra ovenfor andre i samfunnet. Samlet sett oppfatter vi WHO (2014) sin definisjon av psykisk helse på en positiv måte ved at den legger vekt på individets subjektive livskvalitet.

I følge Berg (2005, s. 34) legges mye av grunnlaget for en god utvikling og en god psykisk helse i barne- og ungdomsårene. Intelligens, temperament, måter å tenke og handle på er eksempler på medfødte egenskaper som individet har med seg. Disse egenskapene samspiller med ulike faktorer i oppvekstmiljøet og er med på å gi individet et eget og spesielt særpreg. Kvaliteten på samspillet mellom de medfødte egenskapene og faktorene i oppvekstmiljøet har en avgjørende betydning for individets identitet og selvoppfatning. Identitet og selvoppfatning er to begreper som er viktige i menneskers psykiske helse- og personlighetsutvikling. Disse begrepene er nært tilknyttet selvet. Selvet kan forstås som det som holder individet oppe, det er aktivt og dynamisk, og er med å regulere og tilpasse atferden til de sosiale omgivelsene og er med å bevare følelsen av å være et integrert hele. Selvet utvikles ikke i et vakuum, men utvikles i sosialt samspill med andre. Selvet er også nært knyttet til selvoppfatning, ofte forstått som hvordan individet oppfatter seg selv, og identitet, ofte forstått som følelsen av å være den samme uansett tid og sted. I utviklingspsykologien skjer utvikling av selvilde, selvet og identiteten gradvis gjennom oppveksten. Hvis utviklingen forløper innenfor trygge og gode rammer utvikler individet som oftest et realistisk, stabilt og trygt bilde av seg selv. Med andre ord konstruerer individet hva og hvem det er, og hva det kan og vil. Slik blir subjektet, altså ungdom, en aktiv aktør i eget liv. For å forstå tenåring- og ungdomstidens utfordringer er identitet et viktig begrep. Spesielt viktig er det kanskje for å forstå de unges psykiske utfordringer. Dette handler blant annet om at individet i denne fasen står ovenfor en rekke nye utfordringer som den unge må forholde

seg til, lære og mestre (Berg, 2005, s. 34). Dette vil vi gå nærmere inn på i delkapittelet om oppvekst og ungdomstid.

Sannsynligvis benyttes begrepet selvet oftest i forhold til andre underordnede begreper som selvbilde, selvtillit eller selvoppfatning (Duesund, 1995, s. 61; Skaalvik & Skaalvik, 2013, s. 84). Vi vil som det kommer frem i problemstillingen hovedsakelig benytte begrepet selvoppfatning.

2.3.1 Selvoppfatning

Vi velger å bruke en forståelse av selvoppfatning som er nært knyttet til Mead (1934) sin forståelse av selvet og selvoppfatning. Slik Mead (1934) ser på selvet og selvoppfatning er dette noe som utvikles i den sosiale erfarings- og aktivitetsprosessen. Det er med andre ord ikke tilstede ved fødselen, men selvet utvikles gjennom relasjon og interaksjon med andre (Mead, 1934, s. 135). Vi ser på selvoppfatning som en helhet ved at kropp og sinn er gjensidig avhengig av hverandre. Dette vil vi gjøre mer rede for i delkapittelet om symbolsk interaksjonisme. I det kommende avsnittet vil vi likevel redegjøre kort for begrepet selvoppfatning, og videre knytte selvoppfatning opp mot motivasjon.

Selvoppfatning kan defineres og forstås på ulike måter (Duesund 1995, s. 61; Skaalvik & Skaalvik, 2013, s. 83). Begrepet blir ofte best forstått som en fellesbetegnelse på ulike sider ved en persons vurderinger/refleksjoner, oppfatninger, forventninger og følelser personen har om seg selv (Imsen, 2014, s. 330; Skaalvik & Skaalvik, 2013, s. 83). Felles for de fleste definisjonene av selvoppfatning er at de er avgrenset til å handle om en persons kognitive bevisste oppfatning av seg selv (Duesund 1995, s. 61 & 68). I disse definisjonene er ofte kroppen utelatt. Duesund (1995, s. 62) viser blant annet til fenomenologien, der selvoppfatning også har en fysisk kroppslig dimensjon. Mennesket er både kropp og sinn, og disse delene er gjensidig avhengig av hverandre. Individet oppfatter seg selv gjennom egen kropp og individet opplever seg selv gjennom egen kropp. Med en slik definisjon blir selvoppfatning forstått som kroppserfaring (Duesund, 1995, s. 62). Harter (1990) referert i Duesund (1995, s. 85) hevder at den viktigste faktoren for selvoppfatning i ungdomstiden er kropp og utseende. Greenwald (1982) og Schlenker (1980) referert i Duesund, (1995, s. 68) uttrykker at selvoppfatning er den mest betydningsfulle styringsfaktoren for atferd. Hvordan individet oppfatter seg selv er dermed med å styre hva individet gjør og hvordan-individet reagerer på stimuli (Duesund, 1995, s. 68).

Lillemyr (2007, s. 15) skriver at motivasjon er nært knyttet til selvoppfatning. Motivasjon kan forstås som drivkraften bak våre handlinger, altså hvordan individet skaper en kraft og retning for det individet gjør (Imsen, 2014, s. 294; Lillemyr, 2007, s. 17). Individet handler slik det gjør fordi individet er interessert, ønsker å finne mening eller søker belønning og bekreftelse. Dette gjør individet med utgangspunkt i sin oppfattelse av seg selv og omverdenen, samt holdninger og verdier eller ytre kontroll. Hvis individet for eksempel får en positiv tilbakemelding på seg selv vil dette kunne spille positivt inn på selvoppfatningen og motivasjonen. Forventer individet å få positive tilbakemeldinger kan dette øke sjansen for at han eller hun utøver handlingen. Hvis individet derimot opplever nederlag kan dette spille negativt inn på selvoppfatningen og motivasjonen (Lillemyr, 2007, s. 17-23 & 159).

2.4 Oppvekst og ungdomstid

Begrepet ungdom er historisk sett et relativt nytt fenomen. Tidligere var det ikke et begrep, men en periode i livet som representerte en overgangsfase fra barn til voksen (Frønes, 2011, s. 56). I dag blir tenårings- og ungdomsperioden sett på som en viktig periode for utvikling av selvet, og for utdanning og kvalifisering for voksenlivet. Disse periodene i livet blir i dag ofte sett på som en treningsfase for det komplekse samfunnets sosiale og kulturelle liv. I dagens samfunn blir også ungdommen voksne i ulike aldre, det er ikke lenger en enkel og tydelig overgang til voksenrollen, men den er i dag mer flytende (Bauman, 2001; Erikson, 1968, s. 229-234; Frønes, 2011, s. 59-67).

2.4.1 Erikson sin forståelse av tenåring- og ungdomsfasen

Den dansk- tyske amerikanske psykologen Erik Homburger Erikson (1902-1994) har utviklet en teori om menneskets utvikling. En del av hans teori er inspirert av Freuds (1856-1939) personlighets- og utviklingsteori. I Erikson sin teori blir mennesket sett på som et sosialt vesen og utviklingen henger i stor grad sammen med menneskets evne til å samhandle. Han deler menneskes livsløp inn i åtte faser. Hver periode er preget av et personlighetsproblem. Fasene er spedbarnsfasen, tidlig barndom, småbarnsalder, skole alder, pubertet, ungdomsalder, tidlig voksen alder og modenhet (Imsen, 2014, s. 374-375). For oss er pubertet- og ungdomsalder mest aktuell.

I følge Erikson (1968, s. 229-231) er pubertetsalderen styrt av personlighetsproblemet identitet versus rolleforvirring. Denne perioden er knyttet til kjønnsmodningen, og endringene som skjer i kroppen. For mange unge blir det krevende å forholde seg til den «nye kroppen». De må nå finne, rekonstruere og orientere seg på nytt, samtidig må de lære å akseptere sin «nye kropp». Det positive utfallet av denne perioden er identitet, det negative utfallet er identitetsforvirring. Identitet oppnås når det bildet tenåringen hadde av seg selv i barndommen stemmer med det tenåringen opplever at andre har av dem nå.

Identitetsforvirring skjer når tenåringen ikke greier å avgrense seg selv og finne sin plass i det sosiale samspillet. I denne fasen setter mange unge egen identitet til siden fordi de finner identifikasjonsfigurer som er helt umulige å nå opp til (Erikson, 1968, s. 229-231). Frønes (2013, s. 136) skriver at utviklingen av denne fasen sannsynligvis har blitt sterkt påvirket av medieutviklingen som både er med å utforme fasen og avspeile den. Problematikken i denne fasen er ikke identitet i klassisk betydning, det vil si å finne seg selv, men det handler om å kunne navigere inn i ungdomstiden. Frønes (2013, s. 138) uttrykker videre at tenåringer og ungdom er svært øyeblikksorienterte, og at kunnskapssamfunnets tenårings- og-ungdomstid derfor er preget av et paradoks. Fasene er på den ene siden rettet mot fremtiden og kvalifisering, men på den andre siden er fasene rettet mot øyeblikkets sosiale liv. Utdanning krever langsiktighet og planlegging, mens mediasamfunnet og ungdomskulturen krever øyeblikksorientering. For ungdom blir den grunnleggende utfordringen integrasjon versus risiko for marginalisering og frafall (Frønes, 2013, s. 138).

I følge Erikson (1968, s. 231-234) er ungdomsalderen styrt av personlighetsproblemet intimitet versus isolasjon. Denne perioden er nært knyttet til jevnalderfelleskapet. Nå skal den unge knytte nære bånd og personlige vennskap. I motsetning til tenåringsvennskapet, som handlet om å finne identitet, handler ungdomsvennskapet om å gi og ta, og om gjensidige forpliktelser. En trygg identitet er utgangspunktet for å kunne møte utfordringene som krever selvoppofrelse. Hvis ungdommen ikke greier å utvikle intime vennskap er isolasjon og sosial distansering en konsekvens. Nærhet kan derfor for noen oppleves som en trussel, en trussel for å miste seg selv. Reaksjonen er da ofte isolasjon hvor nære tilnærminger avvises (Erikson, 1968, s. 231-234).

2.4.2 En tid for forandring, sammenligning og vennskap

I tenårings- og ungdomstiden er det mange forandringer som skjer. Forandringene er biologiske, psykisk og sosiale. For mange unge blir det flere plikter, samtidig som det er en forventning om at de i større grad skal ta selvstendige valg. I det ene øyeblikket kan den unge ha en voksen identitet og i det neste et barns identitet. Dette kan være forvirrende og skape uklare roller (Kvalem & Wichstrøm, 2007, s. 26-27).

I tenåring- og- ungdomstiden blir den unge mer enn i barndommen bevisst på skillet mellom det reelle og ideelle selvet (Kvalem, 2007, s. 34). Higgins (1987, s. 320-321) beskriver det reelle selvet som hvem individet oppfatter at han eller hun er, og det ideelle selvet som hvem individet ønsker å være. I hans teori er det også et tredje selv, altså selvet slik det burde være. Han mener videre at det er viktig å skille mellom det som er ditt eget standpunkt, signifikante eller generaliserte andres standpunkt i de ulike delene av selvet. Videre skriver Higgins (1987, s. 321-322) om selv-diskrepenteori. Det vil si avstanden mellom selvoppfattet utseende og det ideelle utseende, altså mellom reelt og ideelt selv. I praksis vil det si at hvis selvoppfatningen knyttet til utseende ligger opp til eget ønske eller ideal, vil individet være mer fornøyd enn hvis avstanden er større (Higgins, 1987, s. 321-322).

I tenåring- og- ungdomsfasen vil den unge i større grad en tidligere begynne å sammenligne seg med andre, dette henger sammen med at de øker selvfokus og i større grad retter blikket utover mot andre. Utseende, prestasjoner og status blir viktige sammenligningsområder, og for mange unge blir det viktig å skille seg ut og vise tilhørighet. Dette gjør den unge ofte for å passe inn og kontrollere det inntrykket de gir og de tilbakemeldingene de får fra andre (Kvalem & Wichstrøm, 2007, s. 26-27). For mange unge vil sosiale relasjoner handle om inkludering eller ekskludering/marginalisering. I denne perioden av livet er sosiale relasjoner spesielt viktig for utviklingen av identiteten og selvet. Vennskap er også viktig for unges sosiale tilpassing og psykiske velvære, men kan også være en kilde til stress (Bakken, 2017, s. 18; Kvalem & Wichstrøm, 2007, s. 28-29). I følge Berg (2005, s. 125) øker sjansen for å utvikle psykiske lidelser ved økt psykisk stress. Kvalem og Wichstøm (2007, s. 28-29) påpeker også at gode og varige vennskap ofte er positivt for selvoppfatningen, og en kilde til samhold, støtte, samt lærdom og utprøving. De påpeker videre at sammenligning med venner kan ha en negativ effekt på selvoppfatningen, spesielt når identitetsutviklingen er sterkt knyttet til å innfri koder for kropp og utseende (Kvalem & Wichstrøm, 2007, s. 28-29).

I følge Kvalem (2007, s. 33-34 & 40-41) er kropp og utseende et observerbart ytre og dermed et kommunikasjonsverktøy. Det er noe individet kan forme, manipulere og kontrollere, og det kan være et symbol på de verdiene individet ønsker å vise. Kroppen er også en viktig del av individets opplevelse av seg selv. Kroppen har forandret seg mye i puberteten og avstanden fra kroppsidealet og egen kropp kan oppleves som større enn tidligere. For mange unge er følelsen av å være mislykket knyttet til kropp og utseende, og denne følelsen samspiller med kroppsrelaterte erfaringer og sosiokulturelle normer for hvordan den perfekte kroppen skal se ut. Disse normene påvirker menneskers syn på seg selv og andre og kan være idealer, stereotypier og stigmatisering. Disse sosiokulturelle normene kan påvirke synet på den perfekte kroppen og kommer for eksempel frem gjennom at det kvinnelige kroppsidealet i den vestlige verden er å være tynn. Hvis den unge internaliserer kroppsidealet og gjør det ideelle til sitt, vil den unge ha et ønske om å være tynn. Dette kan skape misnøye med egen kropp hos mange unge (Kvalem, 2007, s. 33-34 & 40-41). Kvalem (2007, s. 41) skriver at et viktig poeng er hvilke idealer den unge setter for seg selv, og hvor viktig det er å oppnå dette. Han skriver videre at om den unge evaluerer kroppen og utseendet sitt som positivt eller negativt vil ha stor innflytelse på selvfølelsen, selvoppfatningen og kan påvirke individets atferd. Den unge kan også på et område eller i en situasjon føle mestring, men på et annet føle seg mer mislykket. Dette henger sammen med den unges egne vurderinger og tolkning av seg selv, samt hvordan den unge blir møtt eller de tilbakemeldingene de får fra andre på egen kropp eller atferd. Dette spiller igjen sterkt inn på deres selvoppfatning (Kvalem, 2007, s. 33-41). Det er samtidig store forskjeller på hvor mye tenåringer og ungdom vil la seg påvirke av ytre faktorer, dette henger sammen med den unges tidligere erfaringer og deres modningsnivå (Kvalem & Wichstrøm, 2007, s. 30).

Oppsummert forstår vi det overnevnte slik at mange av de unge jentenes negative følelser knyttet til egen kropp er et resultat av forventinger som ikke innfris. Fokuset hos de unge er på utseende, og det skaper mye usikkerhet og tvil. På den måten kan unge jenter bli mer sårbare for medienes påvirkning. Vi forstår det slik at mange unge jenter sammenligner seg med modeller og idoler eller ideelle stereotypier, som er med å sette standarden for hva som er «den perfekte kropp».

2.4.3 Den digitale og flytende oppveksten

Bauman (2001) beskriver det postmoderne samfunnet ungdom vokser opp i som en verden som forandrer seg raskt. Denne verdenen har han gitt betegnelsen den *flytende modernitet*. Samfunnet er ikke lenger fast og stabil, men flytende og vanskelig å holde fast i (Bauman, 2001). Vi forstår det slik at den flytende moderniteten kommer godt til syne gjennom digitalisering og sosiale medier. Der er det raske skifter og ingen ting individet kan holde fast i med hendene, men bilder og tekst som raskt flyr over skjermen.

Dagens ungdom blir ofte kalt de «digital innfødte» det vil si at de er født inn i en digital hverdag, der internett er en stor del av deres verden. De har en «digital barndom», en barndom som blir påvirket av teknologi og medier. Den nye teknologien legger grunnlaget for nye sosiale mønstre og kulturer blant de unge (Frønes, 2011, s. 107; Mogstad, 2017, s. 126). Tidligere ble mediene sett på som noe som var utenfor livet, det var noe som informerte, underholdt eller kjedet individet. Moderne medier er interaktive, og blir på den måten en infiltrert del av livet gjennom blant annet å forme livsmønstre. De unge er kanskje de som raskest har tatt den digitale verden i bruk, og i dag organiserer de sosiale mediene mye av de unges sosiale liv. Ungdom kommuniserer i dag mye over nett, kommunikasjon de tidligere hadde ansikt- til- ansikt. Dette danner nye vaner og kommunikasjonsmønstret. Det kan blant annet skape uklarhet om når brukeren er alene og når brukeren er sammen med andre (Frønes, 2011, s. 120-123, Turkle, 2011). Frønes (2011, s. 123) og Mogstad (2017, s. 133) skriver at sosiale nettverdener forandrer seg fort, og at det vites lite om hvilken effekt sosiale medier har på den «virkelige verden». Bauman (2001) uttrykker at når bevegelsene i verden blir flyktige kan det oppleves som likegyldig eller meningsløst. Samtidig kan den flytende modernitet virke forlokkende og komme smilende mot individet, men det er et falskt smil og dermed ikke nødvendigvis like enkelt og god å forholde seg til (Bauman, 2001). Vi forstår det slik at dette forlokkende og falske smilet kan være de sosiale mediene. Sosiale medier kan som forskning viser ha sterk påvirkning på individet (Breus, 2017; Fardouly et al., 2014, s. 38; Fardouly & Vartanian, 2016, s. 3; Jacobsen, 2016; Lin et al., 2016).

Bauman (2001, s. 47-49) påpeker videre at den nye og flytende moderniteten er en individualisert modernitet. Identitet er ikke noe individet får eller overtar, men er noe individet må skape. Individualisering, identitet og selvbestemmelse blir en samfunnsoppgave og en skjebne (Bauman, 2001, s. 47-49). Ifølge Berg (2005, s. 19) må identiteten konstrueres

flere ganger gjennom livet fordi verden stadig er i endring. En slik verden kan skape utydelighet og uklarhet, samt svekke den sosiale kontrollen. Slik vi forstår Bauman (2001, s. 97-98 & 114) finnes det ikke lenger noen stabile orienteringspunkter i den flytende moderniteten. Individets identitetsutvikling styres isteden av universelle sammenligning knyttet til et stigende begjær, flyktige ønsker og forførelse. I den flytende moderniteten blir identitetsutviklingen en kjerne til konflikt gjennom at det blir en blodtørstig konkurranse i stedet for et skapende samarbeid (Bauman, 2001, s. 97-98 & 114). Frønes (2006, s. 29) skriver noe av det samme, han skriver at det moderne landskapet er krevende å orientere seg i, og at dette gjør identitetsutviklingen mer komplisert enn før. Slik vi ser det kan sosiale medier bli en viktig arene for identitetsutvikling, samtidig som sosiale medier også er med på å gi individet kontinuerlige tilbakemeldinger som igjen kan påvirke individets selvoppfatning. I følge Erikson (1968, s. 229-231) er det å finne seg selv spesielt viktig i tenårene, en tid da dagens unge har mye av sitt sosiale liv på telefonene eller på sosiale medier.

Til nå i teorikapittelet har vi operasjonalisert begreper som blant annet Instagram, selvoppfatning og ungdom. I det kommende vil vi gjøre rede for symbolsk interaksjonisme, samt operasjonalisere begrep som interaksjon og ta for oss Mead (1934) og Goffman (1992) sine teorier.

2.5 Symbolsk intraksjonisme

Det er mange som har hatt stor betydning for fremveksten av symbolsk interaksjonisme. De som virkelig blir sett på som innflytelsesrike for utviklingen av denne retningen arbeidet blant annet som filosofer, sosiologer, psykologer og sosialarbeidere ved University of Chicago på slutten av 1800-tallet og begynnelsen av 1900-tallet. Selve termen symbolsk interaksjonisme oppsto ved en tilfeldighet i 1937 av Herbert Blumer (1900-1987) (Levin & Trost, 1996, s. 11). «Symbolsk interaksjonisme er en måte å forstå på, et perspektiv, et utgangspunkt for en analyse av den sosiale virkelighet» (Levin og Trost, 1996, s. 11). Perspektivet kan blant annet brukes til å forstå samfunnet og utvikle den eksisterende forståelsen av samfunnet (Levin & Trost, 1996, s. 12). Med dette perspektivet ser en på interaksjonen mellom individet, og mellom individ og systemer som betydningsfullt for å forstå menneskelig atferd, altså hvorfor mennesker handler som de gjør (Tjora, 2014). Av den

grunn ønsker vi å anvende symbolsk interaksjonisme for å forstå hvordan interaksjon på Instagram kan påvirke unge jenters selvoppfatning.

2.5.1 Interaksjon

Begrepet interaksjon eller sosial interaksjon er av sentral betydning innen symbolsk interaksjonisme, og begrepene brukes gjerne om hverandre (Levin & Trost, 1996, s. 16). Her vil vi kun anvende begrepet «interaksjon». «Å interagere er å samtale ikke bare ved å tale med munnen, men også gjennom kroppens andre bevegelser, slik som for eksempel minespill og håndbevegelser» (Levin & Trost, 1996, s. 16). Forenklet sagt omhandler interaksjon alt en person foretar seg av samhandling. Det vil si både med seg selv og andre. Eksempelvis interagerer individet selv om individet egentlig ikke gjør noe (Levin & Trost, 2005, s. 16). Levin og Trost (2005, s.101) viser til Watzlawick, Beavin og Jacson (1967) for å tydeliggjør hva som menes med interaksjon med å sammenligne det med kommunikasjon. De påpeker blant annet at mennesker ikke kan la være å kommunisere, utenom når de er helt alene. Dette fordi kommunikasjon krever en mottaker, med andre ord vil det si at andre er tilstede. Mens individet derimot kan være i en interaksjon selv om mottakeren er en selv og at en er alene (Levin & Trost, 2005, s. 101).

En måte å forstå interaksjon på er gjennom *definisjon over situasjon* eller også ofte kalt *Thomas-teorem* (Levin & Trost, 1996, s. 16). Dette omhandler at situasjoner som oppleves som viktige, blir viktige i sine konsekvenser. Sentrale punkter i dette teoremet er hvordan hvert enkelt individ definerer situasjonen, samt at denne definisjonen blir bestemmende for individets handlinger (Levin & Trost, 1996, s. 16). Disse definisjonene er bygget på individets tolkninger av andre aktører og hendelser i situasjonen. Et grunnprinsipp i symbolsk interaksjonisme går ut på at individet handler på bakgrunn av sine tolkninger, og dette danner bakgrunnen for individets virkelighet. Individet svarer ikke direkte på andres tilnærminger, men på sine oppfattelser og tolkninger av disse tilnærmingene. Menneskenes handlinger avhenger derfor av hvordan de definerer den situasjonen de er i (Blumer, 1969, s. 79). Individets definisjon av situasjonen vil også avhenge av hva andre aktører i situasjonen foretar seg. Mer utdypende betyr dette at måten en person handler på, vil gjøre at den andre sannsynligvis handler på en bestemt måte. Et viktig hovedpoeng her er at dette ikke er en absolutt kausalitet. Dette fordi mennesket er aktivt i interaksjonen og bestemmer sin atferd, men samtidig påvirkelige. Med andre ord blir menneskers atferd påvirket i interaksjonen med andre, noe som er selve kjernen i symbolsk interaksjonisme (Blumer, 1969, s. 79- 89). Dette

kan sees i sammenheng med Bø (2005, s. 25, 29 & 343) som påpeker at stimuli vi mottar fra andre kan være med å forme oss mentalt, eksempelvis identitet, behov, stereotyper og verdsett. Men individet er ikke bare et passivt produkt av den andres påvirkning, individet er også en aktør i eget liv (Bø, 2005, s. 25, 29 & 343).

2.5.2 Mead: speilingsteori og selvkonstruksjon

En av de mest sentrale teoretikere for å forstå selvets utvikling er George Herbert Mead (1863-1931). Han anses som en av sosialpsykologiens grunnleggere (Lund, 2012, s. 42; Rye, 2013, s. 172). Sosialpsykologien handler om «det sosiale samspillet mellom mennesker og hvordan det formes av verdier, holdninger, sosiale systemer og den aktuelle situasjonen» (Lund, 2012, s. 35). Mead er den som utviklet teorien bak symbolsk interaksjonisme, men han brukte riktignok ikke begrepet selv, det var det Blumer som først gjorde (Stølen, 2017). Mead skrev ingen bøker selv, men utga en rekke artikler. Etter hans død ble det riktignok utgitt tre bøker posthum. Dette er bøker som blant annet bygger på hans artikler og forelesningsnotater. Dette gjør at materialet kan fremstå som noe uklart, da materialet ikke er tidfestet, derfor er det vanskelig å si når han har sagt hva. Dette kan skape selvmotsigelser og ulikheter. Av den grunn så må Mead sin teori tolkes og brukes med varsomhet (Levin & Trost, 2005, s. 38; Vaage, 1989, s. 73).

Vi forstår det slik at Mead (1934) så på selvet først og fremst som en sosial struktur som oppstår gjennom sosial erfaring. Selvet er ikke tilstede ved fødselen, men oppstår gjennom en sosial relasjonsprosess og erfaring, slik Mead skriver:

The self is something which has a development; it is not initially there, at birth, but arises in the process of social experience and activity, that is, develops in the given individual as a result of his relations to that process as a whole and to other individuals within that process. (Mead, 1934, s. 135)

Dette tolker vi slik at når selvet oppstår involverer det alltid en del av en annen fordi selvet ikke kan danne seg noen opplevelse av seg selv kun av seg selv. For Mead (1934) er selvbevisstheten noe som vokser frem i den sosiale prosessen. Den oppstår fordi individet tar andres perspektiv på seg selv (Mead, 1934). Individet observerer ikke seg selv direkte, det er de andres reaksjoner eller speilinger på seg selv individet observerer. På den måten prøver individet å se seg selv fra en annens synsvinkel. Dette forutsetter at individet kan sette seg i

den andres sted, også kalt perspektivtaking. Denne prosessen danner grunnlaget for individets objektive selvoppfatning (Mead, 1976, s. 111). Kort oppsummert handler dette om å speile seg i den andre og finne mening i speilingen. *Speilingsselve* og *speilingsteori* var ikke et begrep Mead selv brukte. Det er derimot uklart om begrepet kommer fra den amerikanske sosialteoretikeren Charles H. Cooley (1864-1929) i 1902/1922 eller Adam Smith (1723-1790) i 1759 (Levin & Trost, 2005, s. 78). Mead kritiserte en del av Cooley sin tenkning, men mye av tenkningen til Mead er også inspirert av Cooley (Mead, 1930).

Slik vi forstår det som står i avsnittet over, vil den opplevelsen individet har av seg selv alltid vil være knyttet til den sosiale sammenhengen individet er knyttet til eller være knyttet til noe andre. Selvoppfatningen kan derfor ikke sees isolert, men som en større del av en sosial sammenheng. Imsen (2014, s. 365) forstår Mead (1934) sin forståelse av selvoppfatning som noe som «konstrueres og eksisterer som kommunikasjon og samhandling». Det er en sosial struktur, ikke trekk i hodet på individet. Selvoppfatning er noe som eksisterer mellom personer (Imsen, 2014, s. 365).

I følge Mead (1934) oppfatter individet ikke enkeltreaksjonene fra andre, men de kollektive reaksjonene fra andre. Dette er det Mead (1934) kalte «*den generaliserte andre*». Det er samfunnets og kulturens krav og forventninger som former individet. «Den generaliserte andre» er holdningene og forventninger fra fellesskapet eller fra mindre grupper, og dette skaper til sammen selvet. Den generaliserte andre hjelper individet med å skape selvet, individet kan ikke skape seg selv. Selvet oppstår fordi individet tar de andres perspektiv på seg selv (Mead, 1976, s. 130). Rye (2013, s. 173) skriver at «den generaliserte andre «viser til totaliteten i aktørens sosiale miljø».

I forbindelse med Mead er det også vanlig å snakke om den «*signifikante andre*» (betydningsfull/viktig andre). Dette er ikke et begrep Mead selv brukte, men begrepet ble første gang brukt av Henry S. Sullivane på 1940-tallet, men det er riktignok Berger og Luckmann (1966) som gjorde begrepet kjent for allmenheten (Levin og Trost, 2005, s. 60; Rye, 2013, s. 173-174). «Den signifikante andre» viser til at ikke alles tilbakemeldinger eller speilinger påvirker selvoppfatningen i like stor grad. Det er reaksjoner fra de «signifikante andre» som har størst påvirkningskraft på individets internalisering av samfunnets sosiale struktur (Frønes, 2011, s. 21; Rye, 2013, s. 169 & 174). Rye (2013, s. 175) hevder at til forskjell fra «de generaliserte andre» så refererer «de signifikante andre» til konkrete

personer eller roller som individet ofte har et emosjonelt og nært forhold til. Det kan være foreldre, venner eller lærer. Bråten (1989, s. 98) påpeker at den «signifikante andre» er en forutsetning for utvikling av «den generaliserte andre». Rye (2013, s. 180) uttrykker noe av det samme. Han skriver at Mead knyttet «de signifikante andre» til den tidlige utvikling av selvet. Det er først når disse abstraheres til «den generaliserte andre» at individet er fullsosialisert og et fullverdig medlem av samfunnet (Rye, 2013, s. 180).

Vi forstår begrepet «signifikante andre» som en konkret person som individet har en nær og ofte emosjonell relasjon til. «Signifikante andre» kan være ting, en rolle eller en posisjon, for eksempel sosiale medier, en religion eller en fiktiv figur. Vi forstår det slik at det mest sentrale for at noe eller noen skal kunne betegnes som «signifikante andre» er at denne noe eller noen er så betydningsfull for individet at det har vært med å forme individets selv og selvoppfatning. Videre forstår vi det slik at «signifikant andre» er viktig gjennom hele livet, ikke bare i barndommen.

Lock og Strong (2014, s. 176) skriver at selvet ikke bare tar passivt imot «de generaliserte andre» sine holdninger. Et aktivt selv tar selv valg i lyset av det selvet vet om de synspunkter og forventinger samfunnet har, men selvets handlinger bestemmes ikke ut fra disse holdningene. Det er derfor Mead sier at selvet er delt i to, i et subjekt og et objekt. Mead (1934, s. 175) skriver: ««I» is the response of the organism to the attitudes of the others; the «me» is the organized set of attitudes of the others which one himself assumes». Mead (1976, s. 132-135) uttrykker at «*Me*» (Meg) refererer til selvets kapasitet til å opptre som en gjenstand for seg selv, altså et objekt. Meg-et viser til en sosialisert måte å tenke og se verden på, dette kommer kanskje best til syne gjennom holdninger. Det er Meg-et som er den bevisste og ansvarlige delen av selvet. Meg-et reflekterer over «*I*» (Jeg) handlende natur og korrigerer selvoppfatningen ut fra samfunnets sosiale normer, verdier og forventinger. Mening skaper Meg-et ut fra speilingen eller responsen Jeg-et får på sine handlinger. Jeg-et er et aktivt subjekt. Det er formet av sosial erfaring, men erfaringene har ikke tredd frem i bevisstheten. Jeg-et oppleves her- og- nå, og tar med seg en følelse av frihet og personlig initiativ. De andres holdninger utgjør det strukturerte meg-et, og senere reagerer individet på det gjennom jeg-et (Mead, 1976, s. 132-135). Det foregår hele tiden et samarbeid eller en dialog i selvet mellom Jeg og Meg, og mellom selvet og samfunnet. Dette samarbeidet er en konstant refleksjon mellom å respondere intuitivt på enkeltepisoder (Jeg) eller å reflektere over å bli bevisst på egne følelser og handlinger (Meg), for senere å regulere seg etter dette

(Lund, 2012, s. 43; Rye, 2013, s. 172). Mead (1976, s. 135-136 & 1934, s. 178) skriver at om det ikke hadde vært to faser ville det ikke finnes noe ansvar, og det ville ikke finnes noen nye erfaringer. Selvet utvikler seg i en sosial prosess og dialog mellom de to nivåene. Lock og Strong (2014, s. 177) skriver at Jeg-et hele tiden reagerer på det sosialt konstruerte Meg, men det kan likevel ikke forventes at Jeg-et er helt underdanig. Selvet kan også eksistere i forhold til mange forskjellige «generaliserte andre», fordi samfunnet ikke er homogent (Lock & Strong, 2014, s. 177).

Mead (1934) sin teori om Jeg og Meg er en videreutvikling av William James (1842-1910) sin teori om selvet som delt mellom «I» og «Me». I teorien til James (1890) er refleksivitet og andres påvirkning sentralt for individets selvforståelse (Levin & Trost; 2005, s. 40-41; Lund, 2012, s. 43). Samtidig forstår vi det som at Mead (1934) sin beskrivelse av «jeg» og «meg» er mindre dualistisk (todelt) enn hos James (1890). Vi forstår «jeg-et» og «meg-et» som en helhet som gjensidig er med å påvirke og utfylle hverandre. Vaage (1989, s. 80) skriver også at Mead kritiserte den funksjonalistiske psykologien som James representerte for å være dualistisk. Mead (1976, s. 135) skriver at det er to adskilte prosesser, men at de hører sammen i den mening at de er deler av en helhet.

Robert W. White (1904–2001) (1964) er noe kritisk til Mead (1934) sin teori om selvets utvikling. Han mener som Mead (1934) at selvoppfatningen konstrueres gjennom hvordan individet blir vurdert av andre mennesker, men han mener at det blir feil å påstå at selvoppfatningen kun er et resultat av andres vurderinger. Mennesket er ikke passivt og kan vurdere seg selv uten hjelp fra andre (White, 1964, s. 151). White (1964, s. 151) henviser til W. V. Silverberg (1952) for å underbygge at selvbedømmelsen har en ytre og en indre kilde. Den ytre forteller om andres mening om en selv, og den indre kilden om effektivitetsgraden i egne øyne. De menneskene som mangler en stabil indre kilde kan fort bli ulykkelige og usikre på seg selv, de greier ofte bare å stole på den ytre kilden og må derfor ofte ha mye bekreftelse fra andre (White, 1964, s. 151). Vi oppfatter Mead (1934) litt annerledes enn White (1964), vi forstår det slik at selvoppfatningen utvikles i et sosialt samspill og at selvoppfatningen blir påvirket av andres vurderinger, men individet er selv aktivt ved å tolke og definere situasjonen og velger til en viss grad hvem som er «signifikante andre».

2.5.3 **Hvordan forstå interaksjon og påvirkning på Instagram**

Selv om Mead utviklet sin teori i mellomkrigsårene, da Instagram ikke fantes, ser vi på hans teori som relevant også når kommunikasjonen ikke foregår ansikt- til- ansikt. Vi oppfatter at det er noe universelt i hans teori som forklarer grunnprinsippene i sosial interaksjon og samspill. Vi forstår det slik at prinsippene gjelder uansett om interaksjonen skjer ansikt- til- ansikt gjennom vokale gjester og kroppsspråk eller om det skjer på Instagram gjennom tekst og bilder. Vi forstår Mead (1934) slik at interaksjon er noe som gjør mennesker til deltakere i hverandres liv. Sammenlignet med da Mead levde har interaksjonsformene forandret seg drastisk. Nå kan individet interagere med omverden på en annen måte enn tidligere gjennom sosial samhandling på Internett. På Instagram forstår vi interaksjon som samhandlingen mellom brukeren og de han eller hun følger og de som følger brukeren. Vi forstår det derfor som at det vil være aktuelt å snakke om interaksjon på Instagram. Interaksjonen i det postmoderne samfunn og på Instagram foregår ikke i like stor grad som før ansikt- til- ansikt, men interaksjonen er like fullt tilstede gjennom at individet eksponere seg selv, gi respons til andre og selv motta respons fra andre (Instagram, 2018a).

Selv om samhandlingen gjennom interaksjonen på Instagram handler om å vise sine bilder, og se andre sine bilder kan individet også kommunisere til den andre ved å «like» og kommentere andres bilder, der «liksen» blant annet skal fungere som komplimenter og annerkjennelse (Wendt, 2014, s. 27). Å få direkte tilbakemelding fra andre på bildene kan forstås som annerledes i interaksjonen på Instagram sammenlignet med interaksjon i det virkelige liv. I tillegg vil disse tilbakemeldingene bli synlig for andre, da både fra nære og fjerne. Forskjellene er knyttet til at individet på Instagram kan få direkte tilbakemeldinger og speilinger på seg selv av eksempelvis 500 tilskuere. «I det virkelige liv» er det mindre vanlig å ha mange tilskuere eller et stort «publikum» i interaksjonen. Videre kan interaksjonen på Instagram forstås som visuell. Med dette menes at brukeren *ser* andres bilder, «likes» og kommentarer og andre *ser* brukerens bilder, «likes» og kommentarer. For det andre skjer samhandlingen over nett, noe som betyr at brukeren ikke er i samme rom som den brukeren er interaksjon med, men samtidig er brukeren tilkoblet den andre uavhengig av om tid og sted.

Som tidligere nevnt utvikles selvet gjennom sosiale relasjonsprosesser og erfaringer (Mead, 1934), noe som blant annet gjør at den sosiale interaksjonen med andre er avgjørende for

hvordan mennesker har det med seg selv og hvordan de handler. Hvordan interaksjonen på Instagram vil påvirke individets selvoppfatning vil blant annet avhenge av hvordan de definerer situasjonen (Levin & Trost, 1996, s.16). Den sosiale samhandlingen på Instagram handler om å vise egne bilder og se andres bilder, videre handler det om å gi og få tilbakemeldinger i form av «likes» og kommentarer. Hvordan individet definerer situasjonen vil knyttet til Instagram handle om hvordan individet definerer andres profiler eller bilder. Videre handler det om hvordan de definerer de «likesene» de får fra andre og «likesene» andre får. Dette vil være bestemmende for hvordan individet vil la seg påvirket. I likhet med «i det virkelige liv» vil det også avhenge av speilingene individet får fra andre og hvordan individet ser på seg selv, samt hvem som er «signifikante» og «generaliserte andre» for individet.

2.5.4 Selvets teater: Goffmans teori om rollespill i det daglige

En av de meste sentrale forskerne for å forstå hvorfor mennesker opptrer slik de gjør i ulike situasjoner er Erving Goffman (1922-1982). Han tillegger samfunnet et dramaturgisk perspektiv, dette kommer til syne gjennom at han hevder at sosiale situasjoner kan analyseres med begreper fra teaterets verden. Metaforene han bruker er med å poengtere at samfunn oppstår via interaksjon og relasjoner. Han regnes av den grunn som en av de viktigste representantene for interaksjonismen (Tjora, 2014).

Kommunikasjon kan ifølge Goffman (1992, s. 13) deles i to: det uttrykket en person *gir* og det uttrykket en person *avgir*. Det uttrykket den handlende ønsker å gi er ofte bevisst og målrettet, men det uttrykket den handlende avgir er ofte ubevisst og knyttet til konteksten. Dette er ofte ikke verbal kommunikasjon, men kan for eksempel være ubevisste karakteristikk ved den handlende eller mer fysiske handlinger. Den handlende kan enten gi det inntrykket han eller hun ønsker eller avgi et annet inntrykk enn det som først var planlagt. Den handlende kan også ende opp med å spille en rolle som den handlende ikke føler seg bekvem med, og skaper på den måten et forvrengt bilde av virkeligheten. Ulike sosiale kontekster krever eller forventer ulike handlinger, bekreftelser og forventinger. Det forventes et visst atferdsmønster av den handlende, og det forventes at de andre skal respondere på handlingen eller atferden på en spesiell måte. Mye av dette handler om å opprettholde et bestemt inntrykk innad og utad (Goffman, 1992). Det er dette Goffman (1992, s. 22) mener

med å inngå i ulike roller. Når vi snakker om roller er det vanlig å tenke at dette foregår foran et publikum (Goffman, 1992).

I følge Goffman (1992) er en opptreden den aktiviteten den handlende eller personen utfører i en sosial situasjon. Dette skjer i samspill med et eller en gruppe med andre individer som «iakttar». Goffman (1992) deler dette inn i *front stage* og *back stage*. I *front stage* spiller den handlende en aktiv rolle foran de andre; publikum. Det er her den handlende vurderes og presenterer seg selv. Rollen den handlende har i de ulike sosiale kontekstene er påvirket av handlingsmønstre. For å fremstille seg selv på en bestemt måte eller for å opprettholde en fasade bruker den handlende ulike uttrykksformer som klær, sko, ansiktuttrykk, verbale ytringer, kroppsspråk og toneleie. Fasaden gjør at den handlende fremtrer på en generell og fastlagt måte. Det er et bevisst eller ubevisst uttryksmiddel som tas i bruk av den handlende (Goffman, 1992, s. 27-29). Den handlende prøver også gjerne å fremtre i et godt lys, og på den måten skape et idealisert bilde av seg selv. Det kreves derfor at rollene spilles godt og kontrollert slik at den handlende kan klatre oppover i det sosiale systemet. Derfor unngår den handlende å vise de mer flatterende sidene av seg selv. Det avgjørende i selvpresentasjonen blir derfor ofte ikke hvilket inntrykk som sendes, men hvilket inntrykk han eller hun tror blir sendt. Det er videre ofte slik at den handlende ikke er identiske med den rollen han eller hun ønsker eller prøver å spille (Goffman, 1992, s. 37-38). I Goffmans (1992, s. 96) beskrivelse av *back stage* er den handlende ikke i publikums søkelys, her er det mulig å gi slipp på fasaden og falle ut av rollene. Det er her den handlende kan forberede og tilpasse de inntrykkene og den selvprestasjonen som fremviser på fasadeområdet. Dette kan for eksempel være hjemme, der det er mulig å planlegge hva som skal deles med andre på sosiale medier (Goffman, 1992). Slik vi forstår det, er det i området mellom front- og back stage vi utformer vår selvoppfatning eller identitet, og for å opprettholde fasadens troverdighet, blir det viktig å holde de to områdene atskilt fra hverandre for på den måten å kontrollere selvpresentasjon.

2.5.5 Hvordan forstå selvframstilling på Instagram

Goffman utviklet sin teori på 1950-tallet med utgangspunkt i interaksjon ansikt-til-ansikt. Vi tenker likevel at teorien hans er relevant for å forstå interaksjon på Instagram fordi sosiale medier også er et sted mennesker «møtes», og et sted der vi gir og avgir uttrykk. Hva jentene

velger å legge ut på Instagram kan med andre ord oppfattes som deres selvpresentasjon på Instagram, altså hvordan de velger å fremstille seg selv.

Vi forstår Goffman (1992) sin teori slik at mennesker tilpasser oppførselen sin eller rollen ut fra de reaksjonene eller speilingene de får fra publikum rundt seg. Mennesker vil derfor bevisst og ubevisst definere den situasjonen de er en del av. Her vil den oppfatningen det enkelte mennesket har av seg selv spille en viktig rolle for hvordan individet tilpasser seg og leser situasjonen. Aalen (2015, s. 83) skriver at det nødvendigvis ikke er snakk om et fysisk publikum. Det holder at individet tror eller ser for seg at det er et publikum der. Det vil si at det å eksponere seg selv på sosiale medier kan påvirke vår oppfattelse av oss selv, fordi det individet gjør blir gjort synlig for andre (Aalen, 2015, s. 83). Vi tenker at dette trolig henger sammen med at mye av vår selvoppfatning utformes på bakgrunn av andres tilbakemeldinger (Mead, 1934). Aalen (2015, s. 63) skriver at det kan bli vanskelig å bruke sosiale medier uten å samtidig ta stilling til hvordan en ønsker å fremstå. Dette er en konstant pågående prosess, og handler om hvordan individet bevisst eller ubevisst velger å fremstå og hvordan individet oppfatter seg selv i sosiale situasjoner (Aalen, 2015, s. 63).

Aalen (2015, s. 102) skriver at hvordan individet velger å eksponere seg selv på sosiale medier påvirker hvordan individet oppfattes. Vi tenker at det som kanskje har forandret seg, når vi ser på sosiale medier i lys av Goffmans (1992) teori, er kulissene. Det er kulissene som utgjør bakgrunnen for samspillet på scenen. Sosiale medier har andre kulisser, og endringene gjør skillene mellom de sosiale kontekstene mer utydelige. Det er kanskje dette Aalen (2015, s. 85) kaller en kontekstkollaps, altså en «sammenblanding av sosiale sfærer som normalt ikke møtes». Det er ikke lett å tilpasse atferden når konteksten er uklar. De speilingene individet normalt ville fått er ikke der lenger. Det er derfor vanskelig å forutse hvordan det som deles, kan få andre til å konkludere (Aalen, 2015, s. 85-86). Foran og bak scenen på Instagram kan også forstås på en annen måte enn tidligere. Bak scenene kan forstås som da individet er «offline» og foran på scenene blir «online». Da kan individet aktivt velge når han eller hun er på og av scenen. Samtidig kan «offline» og «online» gjøre at skillet mellom å stå bak og på scenen mer flytende slik Bauman (2001) skriver om. Dette kan slik vi ser det føre til at det kan bli vanskeligere å trekke seg helt tilbake å kun være bak scenen. Det noe flytende skillet kommer eksempelvis godt frem gjennom at smarttelefonene nærmest har blitt en forlengelse av kroppen, og dens funksjoner gir individet kontinuerlige oppdateringer enten

individet vil eller ikke. Dagens ungdom lever sine virkelige liv både «offline» og «online», og det kan trolig gjøre det vanskeligere å skape en kontrollert selvpresentasjon.

2.6 Oppsummering

I dette kapitlet har vi redegjort for aktuell forskning knyttet til problemstillingen. Videre har vi redegjort for begreper som Instagram, psykisk helse, selvoppfatning og ungdom. Her har vi sett på hvordan det interaktive Instagram og det flytende samfunnet er med å forme og påvirke ungdommenes utvikling og hvilke utfordringer de står ovenfor. Vi har videre sett på hva som kan gjøre ungdom påvirkelige. Deretter rettet vi blikket mot teoriene i symbolsk interaksjonsisme. Her har vi blant annet definert begrepet interaksjon. Dette har vi knyttet opp mot Meads (1934) teori om selvets utvikling. Videre har vi sett på Goffmans (1992) teori om hvordan individet går inn og ut av roller som på en scene. Mead (1934) og Goffman (1992) sine teorier har vi knyttet opp mot interaksjonen på Instagram. Vi har også drøftet hvorfor teoriene er aktuelle i dag, og knyttet dette opp til oppgavens tema. I det følgende kapitlet vil vi vise til metodiske valg knyttet til studien.

3 Forskningsdesign og metode

Formålet med dette kapittelet er å redegjøre for valg av undersøkelsens forskningsdesign og metode. Først gis en kort oversikt over *symbolsk interaksjonisme*, *fenomenologi* og *hermeneutikk* som er undersøkelsens vitenskapsteoretiske forankring. Neste del omhandler *førforståelse* som er et sentralt begrep i *hermeneutikken*. Deretter vil vi begrunne og reflektere over metodevalg, datainnsamling og databehandling. I denne delen vil vi begrunne valg av kvalitativt forskningsintervju som metode og knytte dette, til problemstillingen. Undersøkelsens reliabilitet og validitet vil deretter bli drøftet før vi avslutningsvis drøfter undersøkelsene etiske hensyn.

3.1 Vitenskapsteoretisk forankring

Vitenskapsteorien ligger som et bakteppe i alle studier og det er noe all forskning må forholde seg til. Vitenskapsteorien viser at det er et komplekst og mangetydig forhold mellom teori og empiri (Kvernbekk, 2002, s. 38). Teorien legger rammer for studien, den kan tilby retningslinjer for hva som bør ekskluderes og hva som bør inkluderes. Det er likevel viktig å understreke at teori ikke er en fasit, men prinsipper for forskningen (Grue, 2015, s. 10). Ulike påstander om fenomener må være forankret i teori og underbygges av empirisk data. Innenfor vitenskapsteori skilles det hovedsakelig mellom tilnærmingene induktiv og deduktiv. Ved en induktiv tilnærming jobber forskeren fra empiri mot teori, mens ved en deduktiv tilnærming jobber forskeren fra det mer teoretiske mot det mer empiriske. Vi ønsker å forholde oss til en kombinasjon av disse to tilnærmingene. En slik kombinasjon kan betegnes som en abduktiv tilnærming hvor vi tar utgangspunkt i både empirien og teorien for fenomenet vi vil undersøke (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 224; Kvernbekk, 2002, s. 22-29; Tjora, 2017, s. 18, 33 & 224).

Ulike teoretiske perspektiver medfører forskningsmessige muligheter og begrensinger. Dette fører til at forskeren blant annet må bruke flere teoretiske perspektiver, og ta med seg essensen fra hver teori for å danne en forståelse for hva slags fenomener vi betrakter som eksisterende i samfunnet og som en kan vite noe om (ontologi), samt hvordan en kan utvikle kunnskap om dette (epistemologi) (Tjora, 2017, s. 26). Vi har valgt å anvende en kvalitativ tilnærming, samt en kombinasjon av flere vitenskapsteoretiske perspektiver. Disse er:

Symbolsk interaksjonisme, fenomenologi og hermeneutikk (Dalen, 2011, s.17; Tjora, 2017, s. 27). Vi vil i de følgende gjøre rede for disse teoretiske perspektivene.

3.1.1 Vitenskapsteoretiske perspektiv

Slik det fremkommer i teorikapittelet legger *Symbolsk interaksjonisme* vekt på at kunnskap og mening konstrueres og rekonstrueres i samspill med andre. I dette perspektivet fokuseres det på at interaksjon er en viktig samfunnsdannende enhet, samt legger grunnlaget for sosialisering og utvikling av kultur og normer (Tjora, 2017, s. 26). Knyttet til forskningsintervju, som er vår metode, vil vi ut fra et slikt perspektiv være spesielt fokusert på «hvordan informantene skaper mening, eller forstår sin virkelighet, på bakgrunn av de erfaringer og opplevelser de har» (Tjora, 2017, s. 115). Slik vi forstår det er det i intervjuet at meningen konstrueres mellom informanten og intervjueren. Meningsproduksjonen er kontekstavhengig og skapes i denne interaksjonen. Sagt på en annen måte blir kunnskapen produsert i sosialt samspill og interaksjon mellom informant og intervjuer (Järvinen, 2005 s. 29).

Fenomenologien er nært knytte til interaksjonismen ved at den er opptatt av hvordan mennesker forstår og skaper mening i interaksjon med verden rundt seg (Tjora, 2017, s. 27). Det er begrepet *fenomen* som legger utgangspunktet for fenomenologien (Duesund, 1995, s. 29). «Fenomen betegner tingen slik de fremtrer for oss, slik vi erkjenner deres vesen, i motsetning til slik de er «i virkeligheten»» (Duesund, 1995, s. 30). I følge Lock og Strong (2014, s. 59- 60) søker fenomenologien å få frem erfaringer i all dens rikdom. Det er imidlertid ikke slik at erfaringer setter ord på seg selv, det gjør menneskene ved hjelp av blant annet språket. For å få til dette blir det viktig å få frem bevisstheten fra innsiden. Sagt på en annen måte, å ha et innenfra perspektiv. I følge Duesund (1995, s. 30) må oppmerksomheten rettes mot det subjektivt erfarende mennesket. Ofte kjennetegnes fenomenologien ved at den er en «vesenvitenskap» og ikke en «faktavitenskap». I motsetning til det kvantitative og målbare, vektlegger fenomenologien virkelighetens kvalitative og erfarte sider (Duesund, 1995, s. 30).

Da vi skulle finne ut hvilken analysestrategi som var best egnet for vår undersøkelse forsøkte vi å finne en strategi som kunne gi oss informasjon om fenomenet vi ønsket å undersøke (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 217). Vi valgte å bruke en hermeneutisk tilnærming knyttet til

analyse og tolkning av intervjuene. *Hermeneutikk* betyr «læren om tolkning» og kan best forklares som tolkningslære eller fortolkningskunst (Dalen, 2011, s. 17). Hermeneutikken har sitt opphav på 1600-tallet og ble opprinnelig brukt til tolkning av hellige tekster. I nyere filosofi og sosiale vitenskaper brukes hermeneutikken om tolkning i vid forstand, og med dette menes at alle situasjoner er meningsbærende (Bondevik & Bostad, 2003, s. 297; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 236).

Et sentralt begrep innen hermeneutikk er *førforståelse* eller *forforståelse* og dette begrepet er særlig knyttet til Hans Georg Gadamer (1900-2002). Førforståelse kan forstås som den første vage oppfatning vi har av noe, den vi har før vi har studert et fenomen nærmere.

Førforståelsen er ofte ubevisst men vi bruker den hele tiden. Det kan for eksempel være språk, kunnskap, verdier, oppfatninger eller tanker (Bondevik & Bostad, 2003, s. 292-293).

Maxwell (2013, s. 44) hevder at det vi tar med oss inn i undersøkelsen fra vår egen bakgrunn og identitet er *bias*. Bias kan på den måten forstås som førforståelsen. Videre hevder Maxwell (2013, s. 44-45) at bias påvirker undersøkelsen. Det er derfor viktig å ha en egen bevissthet om førforståelsen slik at vi kan bruke den til å utvikle forståelse og senere tolkning og analyse (Dalen, 2011, s. 16). I følge Gadamer (1975) referert i Kvale og Brinkmann (2015, s. 74) er det umulig å ikke tolke det en forsker på, fordi vi alle har med oss en førforståelse når vi tolker andre og oss selv. Et grunnleggende prinsipp innenfor hermeneutikk handler om at vi må forstå det som tolkes som en del av helheten (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 74). Denne meningssøkende prosessen betegnes som den *hermeneutiske sirkel* (Dalen, 2011, s. 17; Gadamer, 2012, s. 329-331; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 137). Opphavsmannen bak denne sirkelen var Martin Heidegger (1889-1976) (Lock & Strong, 2014, s. 100). Det overordnede målet med å bruke dette perspektivet er blant annet å gi mening til å forstå intervjusituasjonen og informasjonen som kommer frem.

I tråd med det hermeneutiske perspektivet vil vi i det kommende synliggjøre vår bakgrunn fordi dette vil påvirke vår førforståelse.

3.2 Førforståelse

Vi forstår det slik at førforståelse kan sammenlignes med en ryggsekk vi har med oss inn i forskningsprosjektet og i møte med informantene. Ryggsekken er fylt med erfaringer, faglige

perspektiver, hypoteser og den teoretiskreferanserammen. Dette vil påvirke hvordan vi samler og leser datamaterialet vårt, samt hvordan vi forstår teorien.

Vi som skriver oppgaven sammen har ulik førforståelse fordi vi er individuelle individer som blant annet har ulik bakgrunn og erfaringer i livet. Den ene er utdannet allmennlærer og har flere års erfaring som spesialpedagog i grunnskolen, og den andre er utdannet førskolelærer og har flere års erfaring fra barnehagen. Vi har begge på ulike tidspunkt gått en årsenhet i spesialpedagogikk på UIO, før vi møttes på mastergradstudiet i spesialpedagogikk med fordypning i psykososiale vansker. Vår bakgrunn og erfaring vil gjøre at vi har ulike førforståelser som vil prege våre tolkninger og refleksjoner av undersøkelsens funn. Vi reflekterte derfor mye rundt vår førforståelse og hva vi har med i ryggsekkene våre. Vi prøvde å være bevisste på at det teoretiske rammeverket for undersøkelsen skulle være vår felles førforståelsesbase. Det at vi var to gjorde at vi så ulike aspekter i prosessen. Eksempelvis tolket vi forskjellige meningsbærende utsagn under kodingen og analysen. Dette kan ha bidratt til at vi sammen kunne se hver informant ulikt, samt se det store bildet forskjellig. Til sammen ga det oss en god mulighet til å se ting bredt og trekke linjer. For å få til dette var det viktig for oss å synliggjøre våre egne tanker oss imellom, slik at vår førforståelse ikke bare skulle bli mellom oss, men komme tydelig til syne «mellom linjene i teksten».

3.3 Metodisk tilnærming

I følge Kvale og Brinkmann (2015, s. 140) betyr metode «veien til målet». Metoden som anvendes skal fungere som et redskap i møte med det som undersøkes (Dalland, 2012, s. 111). Det er vanlig å skille mellom to hovedtilnærminger innen forskning: kvalitativ og kvantitativ. Dette er to ulike måter å undersøke et fenomen på. Det er problemstillingen og formålet med studien som styrer hvilke forskningsmetodiske tilnærminger som skal anvendes i et prosjekt (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 140).

Ordet kvalitativ kommer av latin og betyr «det som gjelder egenart, form eller verd» (Nilsen, 2014, s. 33). Kvalitativ forskning har en fortolkende kunnskapstilnærming, da målet blant annet er å utvikle en forståelse av fenomener som er knyttet til mennesker og situasjoner i deres tilværelse, samt hvordan disse menneskene forholder seg til sin situasjon (Dalen, 2011, s. 17; Tjora, 2017, s. 24 & 28). Kvalitative undersøkelser har ofte et mindre utvalg enn

kvantitative studier. Forskeren får ofte mange opplysninger om individene i utvalget og datamaterialet er ofte tekst. Ulike kvalitative tilnærminger er ofte observasjon og intervjuer men kan også være dokumentstudier (Tjora, 2017).

Ordet kvantitativ kommer fra latin og betyr «det som gjelder mengde eller grad» (Nilsen, 2014, s. 18). Kvantitativ forskning har en forklarende tilnærming, dette innebærer at «I en kvantitativ undersøkelse skaffer forskeren seg sammenlignbare opplysninger om et større antall enheter, uttrykker disse opplysningene i form av tall, og foretar en statistisk analyse av mønsteret i tallene i datamatriksen.» (Hellevik, 2016, s. 110). Ulike kvantitative tilnærminger kan blant annet være eksperimentet, kvasi-eksperimentet, longitudinelle undersøkelser (Lund, 2002, s. 14 & 17).

Med bakgrunn i problemstillingen ønsket vi å fremheve de unge jentenes opplevelser og tanker rundt tema. Det ble derfor fordelaktig å anvende en kvalitativ tilnærming med forskningsintervju som metode for å belyse problemstillingen på best mulig måte. Essensielt for vårt valg av metode, var dens mulighet til å gå i dybden og dens evne til å fremheve informantenes egne meninger, opplevelser og erfaringer rundt fenomenet. Slik kunnskap kan være vanskelig å måle eller å tallfeste, samt observere. Kvalitativt forskningsintervju kan derfor være fordelaktig (Dalen, 2011, s. 15; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 22). Vi vil i det kommende redegjøre for forskningsintervju som metode.

3.3.1 Forskningsintervju som metode

For å få tak i de unge jentenes følelser, opplevelser og forstå hva som ligger bak deres handlinger ble vi nødt til å snakke med dem (Dalen, 2011, s. 15). Intervju kommer fra det franske ordet *entrevue* som bokstavelig talt betyr *inter* (mellom) *view* (synspunkter), altså en utveksling av synspunkter mellom to mennesker i samtale om et tema som opptar dem begge (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 22).

Det finnes ulike former for intervjuer og de ulike formene tjener ulike formål. Vi valgte et forskningsintervju som har som mål å produsere kunnskap (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 21). I følge Kvale og Brinkmann (2015, s. 22) er forskningsintervju en profesjonell samtale som tar utgangspunkt i dagliglivets samtaler. I et forskningsintervju konstrueres kunnskap i interaksjonen mellom den som blir intervjuet og intervjueren. Dette er i tråd med vårt

interaksjonistiske perspektiv som er rammen for undersøkelsen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 22). Innenfor forskningsintervju har vi valgt et semistrukturert livsverdenintervju. Målet med livsverdenintervju er å skaffe beskrivende og fyldig informasjon om hvordan mennesker oppfatter sin livssituasjon. Dette er sentrale aspekter i fenomenologien. Ved å benytte oss av et kvalitativt intervju fikk vi særlig god innsikt i informantenes egne tanker, opplevelser, og erfaringer som også har en verdi for helhetsbildet (Dalen, 2011, s. 13; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 46). Et semistrukturert intervju er verken en lukket spørreskjemasamtale eller en åpen samtale. Ved denne typen intervju har intervjueren på forhånd utarbeidet en intervjuguide som omfatter sentrale temaer og spørsmål som til sammen vil dekke de viktigste områdene for å belyse problemstillingen. Denne typen intervju gav oss mulighet til å følge opp med flere spørsmål underveis, ut fra hvilken retning intervjuet tok (Dalen, 2011, s. 28; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 22 & 46).

I det følgende vil det bli redegjort for valg av informanter, rekruttering, prøveintervju og gjennomføring av intervju.

3.4 Datainnsamling

3.4.1 Utvalg og informanter

Valg av informanter og antall informanter er viktig innenfor kvalitative intervjustudier og skiller seg ganske mye fra hvordan dette gjøres i kvantitative studier. Det er blant annet viktig å redegjøre for hvilke utvalg resultatene bygger på, da dette gjør det lettere for leseren å vurdere gyldigheten av undersøkelsen (Dalen, 2011, s. 24, 45 & 47). På bakgrunn av dette ønsker vi å tydeliggjøre valgene vi har tatt til utvalget, i håp om at dette kan gjøre undersøkelsen mer transparent for leseren.

Innenfor kvalitative intervjustudier er det viktig at informantene kan gi informasjon om fenomenet som skal undersøkes. For å få til dette, benyttet vi oss av kriterievalg ved utvelging av informanter. Med kriterievalg menes at en på forhånd har bestemt ulike kriterier som informantene må oppfylle (Dalen, 2011, s. 47). I henhold til daværende problemstillingen ble våre kriterier for utvalg av informanter følgende:

Unge jenter som går første året på videregående skole og som bruker og har brukt Instagram og Snapchat aktivt over flere år.

Dette valget er blant annet tatt på bakgrunn av at vi ønsket en ensartet gruppe, samt ønsket å finne ut noe mer spesifikt om denne aldersgruppen av jenter. Vi ønsket ikke at oppgaven skulle dreie seg om sammenligning av gutter og jenter. Kriteriet «jente» gjør at det blir en mindre gruppe, samt en avgrensning.

I kvalitative intervjustudier vil blant annet antall informanter avhenge av formålet med undersøkelsen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 148). Antall informanter bør ikke være for stort fordi bearbeiding og gjennomføring av intervjuene er en tidkrevende prosess.

Intervjumaterialet bør være av en slik kvalitet at det gir tilstrekkelig grunnlag for analyse og tolkning (Dalen, 2011, s. 45). I følge Kvale og Brinkmann (2015, s. 148) har antallet en tendens til å være for lite eller for stort. Med et lite antall intervjuobjekter blir det ofte vanskelig å generalisere og er antallet for stort kan det bli vanskelig å gå i dybden i analysen. De hevder videre at antallet informanter bør ligge på rundt 15 +/- 10 (Kvale & Brinkmann (2015, s. 148). En annen hovedregel er at forskeren bør avslutte intervjuene når en opplever en metning. Det vil si at forskeren ikke får frem flere nye momenter i intervjuene (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 148; Tjora, 2017, s. 143-144).

Med bakgrunn i dette og med tanke på tiden vi hadde til rådighet, ønsket vi et utvalg på 5-7 informanter. Vi ble til slutt sittende igjen med fem informanter. Dette er trolig, med bakgrunn i det vi skrev over, for lite til at vi kan generalisere, men gruppens størrelse ga oss gode muligheter til å gå i dybden i analysen. I tillegg var det nok til at vi kunne se likheter og forskjeller mellom jentene.

Siden vi ville undersøke de unge jentenes opplevelse rundt fenomenet, ønsket vi her å bare ha en gruppe informanter (Dalen, 2011, s. 50). Vi har gått til primærkildene som i dette tilfellet er de unge brukerne. Fordelen med å ha en gruppe er at vi fikk sett nærmere på denne gruppens oppfatninger og erfaringer. Ulempen med bare en informantgruppe er at vi ikke fikk belyst hvordan ulike informantgrupper opplever samme fenomen og at det på den måten blir vanskeligere å fange opp mangfoldet og nyansene i helhetsbildet (Dalen, 2011, s. 50). Hadde vi for eksempel valgt andre informantgrupper som helsesøstre, foreldre eller lærere kunne vi belyst fenomenet fra en annen synsvinkel noe som trolig hadde gitt oss andre svar og synspunkter rundt fenomenet.

3.4.2 Rekruttering

I forskning kan forskere møte såkalte portvakter som utøver kontroll over tilgangen til eventuelle informanter (Dalen, s. 31). Fordi vi ønsket å intervju unge jenter som var elever i norsk skole, representerer rektor en portvakt. I slutten av desember begynte vi å ta kontakt med rektorer på ulike skoler i Oslo på mail (se vedlegg 1) med vedlagt informasjonsskriv som var rettet mot eventuelle informanter (se vedlegg 2). Vi ønsket at informasjonsskrivet skulle gjøres tilgjengelig i elevenes digitale læringsplattform, eksempelvis Fronter og It's learning.

Å få tak i informanter var utfordrende. Noen rektorer svarte at de konsekvent takket «nei» til slike henvendelser, mens andre skoler hørte vi ikke fra. Vi utvidet derfor søkeområdet, og tok kontakt med flere skoler i Oslo og omegn. Totalt kontaktet vi 20 skoler og to skoler svarte på henvendelsen vår. Den ene skolen la ut informasjonsskrivet på elevenes læringsplattform i håp om at noen jenter ønsket å kontakte oss. Dette ga ingen resultater, og vi var derfor innom fem førsteklasse på denne skolen for å informere om studien vår og levere ut skiftelig informasjon. Til sammen leverte vi ut omlag 50 informasjonsskriv på uten resultat. Den andre skolen som ønsket å hjelpe oss gav oss telefonnummeret til tre jenter som ønsket å delta. Vi fikk bare kontakt med en av disse jentene, som senere utgjorde en av våre informanter.

Samtidig som vi ventet på svar fra skoler brukte vi nettverkene våre i letingen etter informanter. Dette var utfordrende fordi vi ikke kjenner jenter i denne aldersgruppen. Vi klarte likevel å få kontakt med tre jenter som passet til kriteriene våre via bekjente. Da vi skulle avtale tid og sted for intervjuene, hørte vi ikke noe mer fra den ene jenta. En av de to jentene som ønsket å stille til intervju hjalp oss imidlertid med å finne to informanter til. Dette gjorde til slutt at vi fikk fire informanter fra kontakter via vårt eget nettverk og en informant fra en skole, som til sammen utgjorde vårt utvalg på fem informanter. Vi skulle i utgangspunktet ønske at vi fikk flere informanter, men vi opplever selv at vi har gjort en iherdig innsats. Vi begynte denne prosessen tidlig i desember og vi avsluttet søket etter informanter i mars. På den andre siden kunne vi ha kontaktet skoler enda lenger unna Oslo, men vi valgte å ikke gjøre dette på grunn av reisevei, økonomiske ressurser og tid.

Vi har i ettertid reflektert over hvorfor vi ikke fikk den responsen vi hadde forventet og kommet frem til at vi kunne vært mere pågående og fulgt opp mailene ved å ringe. I ettertid

tenkte vi også at informasjonsskrivet kanskje ble litt langt, men vi synes det var vanskelig å gjøre det kort fordi vi ønsket å gi rektor den informasjonen de trengte for å takke «ja». Dette kan ha ført til at rektorer i en travel hverdag ikke fikk tid til å lese skrivet. De som responderte på mailen uttrykte at de konsekvent takket nei til slike henvendelser på grunn av mange lignende forespørsler. Vi fikk heller ingen respons etter skolebesøket, dette kan trolig skyldes at vi var der dagen før vinterferien og at elevene hadde andre ting å tenke på. Det kan også være at mange jenter i denne alderen er usikre og synes det virket skummelt å delta. Eller at de hadde lyst til å bruke fritiden sin sammen med venner eller på andre aktiviteter. Dette kan være grunnen til at tre av jentene som hadde sagt ja til å delta, trakk seg fra studien.

3.4.3 Intervjuguide

Da vi startet opp med forskningsarbeidet hadde vi, som nevnt innledningsvis, ikke avgrenset oss til kun Instagram. På bakgrunn av dette handlet hovedtemaene i intervjuguiden (se vedlegg 3) om Instagram, Snapchat, samt selvoppfatning og spørsmålene var knyttet opp mot Meads (1934) speilingsteori og Goffmans (1992) teori om selvets teater. Dette ble gjort fordi det var temaer vi så på som sentrale for å kunne besvare problemstillingen (Kvale og Brinkmann, 2015, s. 46).

For å sikre at intervjuguiden skulle fungere som et verktøy for å besvare problemstillingen, gikk vi hele tiden tilbake til vårt utgangspunkt som var problemstillingen. Intervjuguiden har korte og fleksible spørsmål, slik at vi hadde mulighet til å komme med oppfølgingsspørsmål underveis i intervjuet, samt mulighet til å følge informantenes uttalelser underveis og bidra til at informantene kunne fortelle nokså fritt og utfyllende (Kvale & Brinkmann, 2015, s.166). Vi opplevde det som utfordrende å lage spørsmål som ga oss den informasjonen vi ønsket (se punkt 3.4.4). Selv om vi i problemstillingen bruker begrepet selvoppfatning, var vi bevisste på å ikke bruke denne betegnelsen i intervjuguiden. Vi valgte å bruke formuleringen «*slik du oppfatter deg selv*». Vi ønsket slik som Kvale og Brinkmann (2015, s. 175) påpeker å bruke et språk som informantene forsto, slik at vi hadde mest mulig lik forståelse av begrepet/formulering/fenomenet. I tillegg til at det ikke skulle lede dem for mye (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 201).

Vi erfarte at intervjuguiden ble veldig lang fordi vi måtte spesifisere hvilket sosialt medium spørsmålene var rettet mot. Til tross for dette stilte vi ikke alle spørsmålene under intervjuet,

men spørsmålene fungerte som hjelpespørsmål for oss slik en guide er ment å være. Vi ser i ettertid at vi kunne gjort guiden noe kortere (se punkt 3.6.1). I tillegg opplevde vi at det ikke nødvendigvis var spørsmålene som handlet direkte om «hvordan sosiale medier påvirker deres selvoppfatning» som ga oss de beste svarene. Vi opplevde at mange av disse spørsmålene ble for vanskelige og for abstrakte for jentene å svare på, og i tillegg erfarte vi at samtlige jenter heller brukte begreper som «selvtillit» og «selvbilde».

Traktprinsippet (Dalen, 2011, s. 26) ble brukt ved utarbeidingen av intervjuguiden. Med dette menes at en har noen generelle og innledende spørsmål først, som gjør at informantene føler seg trygge og avslappet til oss og situasjonen. Før en går videre til de temaene som er mer sentrale i undersøkelsen. Den innledende delen av intervjuguiden har spørsmål som omhandler sosiale medier generelt. I den delen kunne vi ha valgt spørsmål som omhandler navn, alder og interesser, men dette valgte vi bort for å bevare anonymiteten, siden vi ikke ønsket personopplysninger som vi ikke så på som relevante for undersøkelsen (Dalen, 2011, s. 26-27).

3.4.4 Prøveintervju

Ved bruk av intervju som metode i en kvalitativ studie anbefales det alltid at forskeren foretar et eller flere prøveintervjuer. Dette bør forskeren gjøre for å teste intervjuguiden og for å teste seg selv som intervjuer. Erfaringene forskeren får fra prøveintervjuet kan gjøre at forskeren vil endre intervjuguiden og kanskje komme frem til nye temaer som en ikke hadde tenkt på, slik at intervjuguiden fungerer bedre (Dalen, 2011, s. 30). Vi ønsket å gjennomføre minimum ett prøveintervju på en person i henhold til målgruppen. I utgangspunktet hadde vi ment å bruke en av informantene vi hadde fått fra rekrutteringen. På grunn av at det var krevende å få informanter, valgte vi derfor å bruke en medstudent på prøveintervjuet. Selv om denne personen ikke var innenfor målgruppen var det likevel et veldig nyttig prøveintervju. Dette fordi vi både fikk testet oss selv som intervjuere og intervjuguiden. Videre førte dette prøveintervjuet til at vi gjorde store endringer i intervjuguiden. I og med at Instagram og Snapchat har ulike funksjoner, og ulike bruksmåter, fant vi blant annet ut at spørsmålene vi hadde laget var for generelle. Det ble blant annet uklart hva vi egentlig spurte om, noe som resulterte i generelle svar som ikke ga oss spesifikk informasjon om verken Instagram eller Snapchat sin påvirkning på selvoppfatningen. Dette skjedde trolig på grunn av at vi ikke

hadde spesifisert hvilke sosiale medier av Instagram og Snapchat spørsmålene var rettet mot. Vi valgte derfor å knytte ulike typer spørsmål opp mot de ulike mediene.

På et tidspunkt hadde vi åtte informanter som hadde sagt ja til å delta i studien. Etter revidert intervjuguide valgte vi derfor å bruke en av de aktuelle informantene i målgruppen på et nytt prøveintervju. Dette prøveintervjuet ga oss utfyllende svar og vi erfarte at vi ikke trengte å omformulere eller legge til flere spørsmål. Derimot gjorde vi noen strukturelle endringer, som å flytte noen av spørsmålene til andre steder i guiden. Ettersom tre av informantene trakk seg fra undersøkelsen, valgte vi å bruke dette prøveintervjuet som en del av datamaterialet vårt. Dette var selvfølgelig ikke ideelt, men på grunn av at vi bare hadde gjort noen strukturelle endringer, og at dette intervjuet gav oss utfyllende svar, samt at det var vanskelig å rekruttere informanter, bestemte vi oss for å bruke dette intervjuet som en del av datamaterialet.

3.4.5 Gjennomføring av intervjuene

I følge Tjora (2017, s. 121) bør intervjuet foregå på et sted som er kjent og trygt for informanten. Dette øker blant annet sjansen for at informanten slapper av i situasjonen og at samtalen blir mer uformell. I praksis var dette vanskelig å få til. Vi spurte en av informantene om hun kunne tenke seg å ha det hjemme hos seg, men dette ønsket hun ikke. Dette resulterte i at fire av intervjuene ble gjennomført i et stille rom hos en av oss og det femte intervjuet ble gjennomført på et skjermet rom på skolen til den ene informanten. Under intervjuene prøvde vi slik Dalen (2011, s. 32-33) og Kvale og Brinkmann (2015, s. 125-126) uttrykker å ivareta informantene ved å være aktive lyttere, samt være bevisste på verbale- og nonverbale kommunikasjon. Vi opplevde at fire av informantene virket rolige og ikke utpreget stresset under intervjupersonene. Den femte informanten opplevde vi som noe urolig. Det er mulig hun syntes det var vanskelig at vi var to som intervjuet, eller at hun ble forstyrret av båndopptakeren selv om hun hadde fått informasjon om dette på forhånd (Dalen, 2011, s. 28; Tjora, 2017, s. 153). Vi som intervjuere prøvde å ivareta denne informanten ved å være ekstra sensitive ovenfor henne og være aktive lyttere, og være ekstra bevisste på vår nonverbale og verbale kommunikasjon (Dalen, 2011, s. 32-33).

Vi deltok begge under intervjuene. Dette for at vi begge skulle bli kjent med datamaterialet og føle eierskap og tilhørighet til de ulike intervjuene (Dalen, 2011, s. 55). I

intervjusituasjonene delte vi på å stille spørsmålene. Den av oss som ikke stilte spørsmål hadde rollen som aktiv lytter og observatør, i tillegg til å stille oppfølgingsspørsmål. Vi opplevde at det å være to i intervjusituasjonen gjorde at vi bedre kunne følge opp hvert enkelt spørsmål og ta tak i det informantene sa. Det å være to som intervjuet gjorde i tillegg at intervjuet ikke ble en konstruert situasjon. Dette fordi vi erfarte at intervjuene ble mer som samtaler og prosesser der vi og informanten sammen konstruerte mening. Vi var aktive i intervjuet, men prøvde samtidig å være bevisste og nøytrale. Dette var i tråd med vårt interaksjonistiske perspektiv. Fordi informantene selv var med på å forme intervjuet, gjorde dette at de ulike intervjuene tok ulike retninger selv om vi brukte samme intervjuguide. Vi opplevde derfor at alle intervjuene ble veldig forskjellige og vi har i ettertid reflektert over om dette kunne bety at vi klarte å komme inn i jentenes subjektive livsverden. På den andre siden kan det selvfølgelig være helt andre grunner til dette.

Lengdene på intervjuene varierte og to av intervjuene varte mye lengere enn vi hadde tenkt. De to lengste intervjuet tok nesten 1 time og 40 minutter. De andre varte ca. 1 time. I ettertid har vi vurdert det som at de to lengste intervjuene sannsynligvis ble lange fordi vi var to som intervjuet. Dette fordi vi trolig stilte flere oppfølgingsspørsmål som vi kanskje ikke hadde gjort om det bare var en intervjuer. Under disse to intervjuene merket vi at informantene ble noe slitne underveis i intervjuet, derfor la vi inn en pause slik at de fikk litt pusterom. Vi hadde kjøpt inn drikke og druer til informantene, slik at informantene kunne forsyne seg med dette. Det at informantene har et glass å holde i en intervjusituasjon kan ifølge Dalen (2011, s. 34) og Tjora (2017, s. 119) gjøre at informantene føler trygghet.

Under intervjuene opplevde vi at det var vanskelig å stille åpne oppfølgingsspørsmål. Dette trolig fordi vi hele tiden tenkte tilbake på problemstillingen noe som kan ha ført til at noen spørsmål ble litt ledende. Ett av intervjuene måtte en av oss gjennomføre alene på grunn av sykdom. Vi kunne ha ventet med å gjennomføre dette intervjuet, men vi var redde for at denne informanten også skulle trekke seg, samt at vi allerede hadde avtalt tid og sted. Derfor vurderte vi at den beste løsningen var at en av oss gjennomførte intervjuet. Den som gjennomførte intervjuet opplevde at det var vanskeligere og mer krevende å gjennomføre intervjuet alene. Fordi det blant annet krevde at intervjueren var dypt konsentrert med både å lede intervjuet og samtidig lytte aktivt for å fange opp og ta tak i det informantene sa. Til tross for dette ble ikke dette intervjuet kortere enn de andre.

Etter intervjuene reflekterte vi sammen rundt gjennomføringen av intervjuene og inntrykkene vi satt igjen med. Refleksjonene våre var blant annet knyttet til om jentene svarte det de faktisk opplevde eller om de svarte det de ønsket å tro om seg selv, eller det de tenkte at vi ønsket å høre. I samsvar med dette påpeker Thagaard (2013, s.115) at dette kan være en utfordring med intervju som metode. Dette kan videre føre til at informasjonen er usann og dermed gjøre at funnene ikke er valide (Kvale og Brinkmann, 2015, s. 281). Selv om vi begynte hvert intervju med å fortelle at det ikke fantes riktige og gale svar, samt at vi var opptatt av å høre *deres* erfaringer og tanker, satt vi likevel igjen med en opplevelse av at spesielt én av jentene svarte det hun opplevde var «riktig» og ikke det hun faktisk opplevde eller erfarte. Vi opplevde at det var noe motsigende i det hun sa. Da denne informanten på den ene siden sa at hun ikke ble påvirket, mens hun på den andre siden snakket mye om «press» på sosiale medier. Dette kan forstås som *bias* i vår undersøkelse, fordi det er tolkninger vi har gjort ut fra vår førforståelse (Maxwell, 2013, s. 44).

I tillegg erfarte vi at jentene generelt snakket lite i «jeg» form, men mye i «vi» og «de» form. De nevnte for eksempel «jenter på vår alder», «man» og «unge jenter». Selv om vi stilte oppfølgingsspørsmål for å belyse om dette var deres tanker, erfaring og opplevelse svarte de ofte igjen i generell form som for eksempel, «ja jenter på vår alder tenker jo mye på det». Dette vanskeliggjør tolkningen vår fordi vi ikke sikkert vet om de snakket om seg selv eller andre. Ut fra vår førforståelse har vi valgt å tolke dette og lignende utsagn som at informantene setter seg selv i denne kategorien. Andre forsker ville trolig ha tolket dette annerledes enn oss. Vår tolkning kan derfor påvirke validiteten på undersøkelsen (se punkt 3.6.1). Det at jentene setter seg selv i denne kategorien vi vil drøfte mer inngående i punkt 4.6.2.

For å sikre oss at mest mulig korrekt informasjon ble ivaretatt og kunne brukes videre i oppgaven, benyttet vi oss av lydopptaker under intervjuet (Tjora, 2017, s. 166). Vi opplevde at ingen av informantene hadde noen problemer med at det var båndopptaker tilstede og det virket ikke som de la særlig merke til denne under intervjusituasjonen. Likevel kan båndopptakeren ha påvirket den informantene vi opplevde som urolig.

Vi vil videre forklare hvordan vi har behandlet datamaterialet etter intervjuene, dette ved å redegjøre for transkribering, dataanalyse og koding.

3.5 Databehandling

3.5.1 Transkribering

Intervjuene ble som tidligere nevnt tatt opp ved hjelp av lydopptaker, i etterkant av dette fulgte en transkribering av opptakene. I følge Kvale og Brinkmann (2015, s. 205) betyr transkribering og transformere noe fra en form til en annen. I dette tilfellet transkriberte vi fra muntlig (lydopptak) til skriftlig form. Dette ble gjort for at materialet skulle bli bedre egnet for analyse. Når materialet struktureres i tekstform, er dette i seg selv en begynnelse på analysen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 206). For å bevare de tankene og refleksjonene vi gjorde oss når vi transkriberte, skrev vi dette inn i kommentarbokser ved siden av transkripsjonen.

Lydfilene etter intervjuene var av god kvalitet, noe som lettet arbeidet og bidro til at transkripsjonen ble så eksakt som mulig. Vi startet transkripsjonen rett etter at intervjuene var gjennomført, dette gjorde vi fordi vi da hadde en større nærhet til intervjuene og husket nyansene bedre (Dalen, 2011, s. 55). I transkriberingsarbeidet valgte vi å dele intervjuene mellom oss, noe som gjorde at vi transkriberte halvparten av intervjuene hver. Vi ble sammen enige om hvordan vi skulle transkribere slik at transkripsjonene ble mest mulig like og slik at de fikk samme kvalitet. Dette var viktig for å senere kunne foreta språklige sammenligninger av intervjuene. Hvordan transkripsjonen gjennomføres avhenger blant annet av hva den skal brukes til (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 207). Hensikten med vår undersøkelse var å få innblikk i informantenes historier og tanker. Av den grunn la vi ikke vekt på å få med alle pauser og småord som «eee», «æh» osv i transkripsjonene. Etter at vi hadde transkribert intervjuene, leste vi igjennom hverandres transkripsjoner samtidig som vi hørte på de representative lydopptakene. Avslutningsvis i denne prosessen gikk vi sammen gjennom alle transkripsjonene og lydopptakene. Målet med denne fremgangsmåten var for det første at vi begge skulle bli kjent med datamaterialet før kodingen (Dalen, 2011, s. 55). For det andre ønsket vi å kontrollere at vi hadde gjengitt informantenes uttalelser og beskrivelser riktig.

Vi opplevde at transkriberingsarbeidet var en tidkrevende prosess og de ferdige transkripsjonene varierte fra 13 til 35 sider. Etter at transkripsjonene var gjennomført gikk vi over til å forholde oss til utskriften av transkripsjonen som et råmateriale for det videre arbeidet (Dalen, 2011, s. 55).

Ettersom intervjuguiden omhandler både Snapchat og Instagram, resulterte dette i at vi fikk store mengder datamateriale og hadde totalt 105 sider med transkripsjon. Vi valgte derfor som nevnt innledningsvis å avgrense oss til Instagram. Dette ble valgt fordi jentene svarte mest utdypende på spørsmålene som omhandlet Instagram. Vi valgte derfor å endre problemstillingen til: *Hvordan opplever unge jenter at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning?* Ut fra at intervjuguiden var kategorisert etter de ulike sosiale mediene lettet dette jobben med å hente ut funn som omhandlet Instagram.

3.5.2 Dataanalyse og koding

I følge Kvale og Brinkmann (2015, s. 219) betyr ordet analyse «å dele noe opp i biter eller elementer.» Koding er det første steget i analyseprosessen og innenfor kvalitativ forskning finnes det mange ulike kodingsstrategier for å finne mening i råmaterialet (Tjora, 2017, s. 197; Dalen, 2011, s. 17). Forskeren koder for eksempel ord, setninger, fraser, utsagn og/eller avsnitt i dokumentet, ut fra en induktiv, deduktiv eller abduktiv tilnærming. Ut fra vår problemstilling gikk vi, som tidligere nevnt, for en induktiv empirinær koding. Med dette menes at vi brukte begreper som allerede fantes i datamaterialet, for å på denne måten ivareta informantenes utsagn. Koden var for eksempel virkningsfulle substantiver og stemningsfulle ordvalg (Tjora, 2017, s. 197-198).

Målet med denne måten å kode på var å få frem det informantene sa, ikke bare hva de prater om (Tjora, 2017, s. 201). Vi opplevde dette som noe utfordrende, og jobbet hele tiden med å holde kodingen empirinær slik at vi fikk frem det informantene sa. Kodene ble videre gruppert inn under hvert forskningsspørsmål. I denne fasen gikk vi gradvis mot den mer deduktive og teoretiske delen av arbeidet, og arbeidet videre med utvikling av kategorier. Her stilte vi spørsmål som «hva handler dette om?», «finnes det noe teoretiske bidrag som allerede omtaler fenomenet?». (Tjora, 2017, s. 211). De ulike kategoriene ble derfor utformet på bakgrunn av informantenes uttalelser og teori. Vi har, som nevnt tidligere, anvendt en hermeneutisk analyse. Kjennetegnet på denne analysestrategien er at den skifter mellom å analysere delene hver for seg, for å analysere delene i en større helhet (Dalen, 2011, s. 17). Ved å gjennomføre analysen på denne måten ga det oss mulighet til å analysere hvert enkelt intervju hver for seg, for videre å se intervjuet i en større helhet. I praksis betyr dette at vi så etter en større helhet ved å sette intervjuene opp mot hverandre for videre å se etter likheter

og forskjeller. Nå begynte vi å se empirien i en større del av helheten, altså i lys av vårt teoretiske rammeverk.

3.6 Vurdering av undersøkelsens kvalitet

I alle forskningstudier er det viktig å diskutere sider ved validitet og reliabilitet. Gyldighet, pålitelighet og generaliserbarhet benyttes ofte som tre indikatorer på kvalitet i en undersøkelse. Dette er viktige begreper som ikke hører til en spesiell undersøkelsesfase, men som gjennomsyrrer hele forskningsprosessen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 277). I det følgende vil vi gjøre rede for og drøfte studiens validitet og reliabilitet.

3.6.1 Validitet

Validitet i kvalitativ forskning er noe annet enn i kvantitativ forskning. I kvantitativ forskning har validiteten ofte dreid seg om graden av generalisering, mens i kvalitativ forskning blir validitet ofte oversatt med uttalelses sannhet, riktighet og styrke, og omhandler hvorvidt metoden måler det den er ment å måle, altså om det er en logisk sammenheng mellom undersøkelsen problemstilling og valg av metode og funn (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 275-276; Maxwell 1992; Tjora, 2017, s. 231, 232 & 238). På bakgrunn av de valgene vi har tatt, vil studiens validitet diskuteres i lys av Maxwell (1992) sine fem kategorier: deskriptiv validitet, tolkningsvaliditet, teoretisk validitet, generaliseringsvaliditet og evalueringsvaliditet. Disse kategoriene vil danne utgangspunkt for vår presentasjon og drøfting av undersøkelsens validitetsspørsmål.

Deskriptiv validitet

Det mest sentrale aspektet innenfor deskriptiv validitet omhandler forskerens evne til å gi en korrekt fremstilling av datamaterialet. Det er viktig at forskeren redegjør for hvordan datamaterialet har blitt samlet inn, og kvaliteten på dette (Maxwell, 1992, s. 285- 288). I vår undersøkelse er dette forsøkt ivarettatt ved at informantenes uttalelser har blitt gjengitt ordrett og korrekt, dette legger videre grunnlaget for analyse og tolkning. Vi har, som nevnt tidligere, vært grundige med innsamling av data, ved benyttelse av opptaksutstyr, og da vi transkriberte opptakene, samt kodet. På denne måte kunne vi forsikre oss om at vi fikk tak i informantenes uttalelser, samt at dette samsvarte med transkriberingen. For å være sikre på at vi hadde fått med oss alt som informanten sa under transkriberingen hørte vi på lydfilen flere ganger etter transkriberingen samtidig som vi leste transkripsjonen. Intervjuguiden ble som

nevnt utformet på bakgrunn av en intensjon om å belyse både Instagrams og Snapchats påvirkning på unge jenters selvoppfatning. Dette resulterte i lange intervjuer og mye transkripsjon, som videre førte til at vi avgrenset oss til Instagram. Dette kan ha påvirket den deskriptive validiteten blant annet fordi informantene kan ha blitt slitene under intervjuet. Det kan også ha ført til at de hadde svart annerledes og mer utdypende om Instagram hvis intervjuguiden bare hadde fokusert på dette. I presentasjon og drøftingen av datamaterialet har vi prøvd å være korrekte og tydelige. Dette har vi blant annet gjort ved at vi har prøvd å skille informantenes utsagn og våre tolkninger i ulike kapitler.

Tolkningsvaliditet

Det meste sentrale innenfor tolkningsvaliditet handler om hvordan forskeren tolker informantenes egne opplevelser, og om tolkningene stemmer overens med det informantene prøvde å formidle (Maxwell, 1992, s. 288 - 291). Med andre ord handler det om hvordan forskeren greier å forstå mening i det informantene sier. Dette oppfatter vi som mye av det samme som Kvale og Brinkmann (2015, s. 282-285) kaller «kommunikativ validitet». Dette handler om å kontrollere gyldigheten gjennom dialog eller å få frem sannheten gjennom samtale og dialog. Vi har forsøkt å sikre tolkningsvaliditeten gjennom å sjekke opp det informantene sier underveis i intervjuet. Dette ble gjort gjennom å stille oppfølgingsspørsmål underveis eller ved at vi gjorde hyppige og løpende oppsummeringer av det informantene sa og spilte de tilbake til informanten i intervjusituasjonen. Informantene ble videre spurt på nytt dersom noe ble oppfattet som uklart. På den måten fikk informantene mulighet til å bekrefte, korrigere eller nyansere vår forståelse. For det første var målet med en slik «kontroll» å motvirke selektive forståelse og skjev fortolkning. For det andre var målet at det skulle gis funn, som i seg selv var så overbevisende at det faktisk bærer sin egen gyldighet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 165-170 & 282).

Vi har, som nevnt tidligere i metoddelen, erfart at det til tider var vanskelig å stille åpne spørsmål, og vi opplevde at spørsmålene noen ganger kunne bli noe ledende. Dette kan trolig ha påvirket tolkningsvaliditeten da dette kan ha gjort at vi kan ha ledet informantene til å svare noe de kanskje ikke i utgangspunktet hadde svart. Som det kommer frem ble to av intervjuene lengere enn planlagt, noe som kan ha ført til at informantene ble veldig slitne på slutten av intervjuet. Dette kan ha påvirket tolkningsvaliditeten da det trolig kan ha påvirket hva de svarte på slutten av intervjuet, fordi de for eksempel ønsket å bli ferdig. For å ivareta tolkningsvaliditeten ga vi informantene mulighet til å ta pause underveis i intervjuet. Når vi

hørte på de ulike intervjuene i ettertid, kan vi ikke si at vi i noen særlig grad la merke til at informantene svarte kortere eller mindre utfyllende mot slutten av intervjuet. Dette kan på den andre siden være med på å styrke tolkningsvaliditeten. Under intervjusituasjonen og i etterarbeidet opplevde vi at det kunne være vanskelig å skille om jentene snakket om seg selv eller andre, fordi de snakket veldig mye i «vi» og «de» form. Dette kan ha påvirket tolkningsvaliditeten fordi det tidvis var vanskelig for oss å tolke om de la seg selv inn i denne kategorien. For å sikre tolkningsvaliditeten stilte vi oppfølgingsspørsmål når vi opplevde noe som uklart, og spurte blant annet om de snakket om seg selv, eller kun andre. På oppfølgingsspørsmålet svarte de i «vi» og «de» form. Det vi kunne gjort annerledes for å styrke tolkningsvaliditeten i undersøkelsen ytterligere, var at vi kunne tatt kontakt med informantene under analyseprosessen hvis det var noe vi var usikre på. Av tidsmessige årsaker ble ikke dette prioritert.

Vi ønsket som tidligere nevnt å tolke informantenes utsagn i et samspill mellom del og helhet, også kalt den hermeneutiske sirkel. Etter som den hermeneutiske sirkelen ikke har et eksakt slutt punkt, blir konsekvensen av dette at tolkningen likevel ikke kan pågå i det uendelige. Likevel var tolkningsarbeidet en tidskrevende prosess. Underveis i tolkningsarbeidet forsøkte vi hele tiden å holde oss til problemstillingen, empirien og se utsagnene i lys av det teoretiske perspektivet vi hadde valgt som rammer for undersøkelsen, på denne måten forsøkte vi å holde oss til del og helhet.

Teoretisk validitet

Teoretisk validitet handler om at teoriene og begrepene som benyttes i undersøkelsen er formålstjenlige for å belyse og tolke de fenomenene studien omhandler (Dalen, 2011, s. 99; Maxwell, 1992, s. 291-293). Vi har forsøkt å ivareta den teoretiske validiteten ved å redegjøre for hvilke teorier, begreper, teoretiske perspektiv og forskning vi har benyttet oss av. Fremtredende begrep som eksempelvis «selvoppfatning» har blitt operasjonalisert mer inngående slik at leseren kan forstå hva vi legger i dette begrepet. Under intervjuene har vi forsøkt å bruke forståelige og aldersadekvate ord og begreper. Ordene og begrepene vi anvendte kan likevel ha en annen betydning for informantene, videre kan det tenkes at informantene som anvendte samme ord i intervjuet, har lagt ulik mening i dem. Vi erfarte, som nevnt tidligere i metoddelen, at jentene brukte andre begreper enn oss. De brukte eksempelvis begreper som selvtillit og selvbylde, når vi snakket om hvordan de opplever seg selv.

Generaliseringsvaliditet

Generaliseringsvaliditet i kvalitativ forskning handler om i hvilken grad funnene kan overføres til andre tilsvarende situasjoner, tider, til et større utvalg eller en hel populasjon. Innenfor kvantitativ forskning omtales dette som ytre validitet (Maxwell, 1992, s. 293-295). I følge Andenæs (2000 s. 287) bør generalisering i henhold til kvalitativ forskning benytte et bredt og sammensatt utvalg som blant annet omfatter individuelt mangfold og variasjoner som er relevante for fenomenet som undersøkes.

Utvalget i vår undersøkelse består av fem informanter. Hadde studien hatt et større omfang med flere informanter kunne vi fått et større innblikk i hvordan unge jenter opplever at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning. Informantene i denne undersøkelsen går første året på videregående skole i Oslo og omegn. Et eksempel på hva vi kunne gjort annerledes er at vi kunne ha intervjuet jenter første året på videregående fra ulike steder i landet. Dette kunne trolig ha bidratt til større variasjon i datamaterialet. Ett større utvalg ville åpnet opp for en større generaliseringsgrad. På grunn av oppgavens omfang, samt at vi hadde utfordringer knyttet til rekruttering lot dette seg vanskelig gjennomføre. Andenæs (2000, s. 287-218) uttrykker at det er leseren av forskningsresultatet som avgjør hvor relevant et resultat er for andre situasjoner. Dette innebærer at forskeren må være nøye med å frembringe relevant og tilstrekkelig informasjon om undersøkelsen, dette ved å gi tykke, rike og detaljerte beskrivelser. Det kan blant annet gjøres ved å tydeliggjøre alle steg i prosessen som for eksempel å beskrive hvordan vi har gjennomført analysen, valg vi har tatt og målene med disse valgene. På den måten kan vi åpne opp for diskusjon om fremgangsmåten og metoden vi har benyttet oss av. Dette er elementer som vil være avgjørende for om undersøkelsen er tillitsvekkende og etterprøvbar. Undersøkelsens funn blir blant annet drøftet i lys av Mead (1934) og Goffman (1992) sine teorier, og undersøkelsens formål har vært å få kunnskap om hvordan unge jenter opplever at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning. Om undersøkelsen og resultatene kan være interessant og brukes av andre vil være et sentralt spørsmål. Ut fra vår undersøkelse vil det være vanskelig å si noe om hvorvidt funnene kan generaliseres, blant annet på grunn av et lite utvalg og lite geografisk spredning i undersøkelsen. Muligens kan funnene likevel være til inspirasjon for andre knyttet til hvilken påvirkningskraft Instagram har på unge jenters selvoppfatning.

Evalueringsvaliditet

Den siste kategorien Maxwell (1992, s. 295- 297) fremhever, er evalueringsvaliditet som omhandler vurdering av informantenes uttalelser. I Følge Maxwell (1992, s. 295-297) er ikke evalueringsvaliditet alltid et mål i en studie. Vårt mål med undersøkelsen var ikke å evaluere uttalelsene og beskrivelsene til informantene, men heller å si noe om hvordan interaksjon på Instagram kan påvirke unge jenters selvoppfatning. Det er likevel ingen forskning som er helt immun mot spørsmålet om evalueringsvaliditet fordi det underveis i prosessen kan komme ubevisste vurderinger. Vi har derfor prøvd å være åpne om vår forforståelse, og gi leseren innblikk i denne, samt informasjon om hvordan datamaterialet er samlet inn, tolket og behandlet, og på denne måte gjøre undersøkelsen mest mulig transparent, slik at leseren selv kan vurdere undersøkelsen.

3.6.2 Reliabilitet

I kvalitativ forskning handler reliabilitet om forskningens konsistens, troverdighet og pålitelighet, altså om en annen forsker kan få tilsvarende eller samme resultat dersom forskeren utfører en lik undersøkelse (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 276; Tjora, 2017, s. 231). Vi har forsøkt å ivareta undersøkelsens reliabilitet ved å redegjøre for undersøkelsens metodiske tilnærming i et eget kapittel. Målet med dette har vært å gjøre undersøkelsen mest mulig transparent, noe som kan bidra til at leseren selv kan vurdere studiens troverdighet. Både Dalen (2011, s. 93) og Kvale og Brinkmann (2015, s. 275) uttrykker at det er vanskelig å gjenskape et intervju på nytt. Dette har blant annet sammenheng med at det er samtalen som styrer datainnsamlingene og den vil alltid være kontekstavhengig. Vi erfarte, som nevnt tidligere i metodedelen, at alle de fem intervjuene ble veldig forskjellige og tok ulike retninger selv om vi anvendte den samme intervjuguiden på alle intervjuene. Dette henger sammen med at alle mennesker er ulike og at mening i dette tilfellet konstrueres der og da i intervjusituasjonen sammen med oss. Derfor vil det trolig være vanskelig å etterprøve intervjuene. For å gjøre undersøkelsen mer gjenprøvbar kunne vi ha lagt ved alle transkripsjonene av alle intervjuene som vedlegg i oppgaven, da leseren selv kunne se alle oppfølgingsspørsmål, samt hvilke retninger de ulike intervjuene har tatt. Dette har vi valgt å ikke gjøre på grunn av etiske hensyn knyttet til informanten. I tillegg vil vi som intervjuere være preget av vår forforståelse og erfaringsbakgrunn, noe som blant annet vil påvirke hvordan vi tolket datamaterialet. På den måte vil vi som forskere kunne påvirke

undersøkelsens reliabilitet, vi har av den grunn prøvd å synliggjøre dette i oppgaven (Dalen, 2011, s. 93; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 275).

Hvordan forskeren stiller spørsmålene, samt intervjuerens kroppsspråk vil kunne påvirke svarene til informantene (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 201 & 276). Med hensyn til dette har vi forsøkt å være bevisst på hvordan spørsmålene og kroppsspråket kan påvirke utfallet av undersøkelsen. Vi har blant annet forsøkt å unngå ledende spørsmål, slik at informantene får rom til å svare slik de ønsker. Av den grunn har vi forsøkt å benytte oss av et semistrukturert intervju med åpne spørsmål, som gir informantene mulighet til å komme med egne tanker. Vi har likevel, som nevnt tidligere, tidvis opplevde at vi stilte litt ledende spørsmål. Dette kan derfor ha påvirket reliabiliteten på oppgaven. Vi har også gjennomført et prøveintervju, som i følge Dalen (2011, s. 97) vil styrke undersøkelsens reliabilitet fordi det ga oss mulighet til å teste og evaluere intervjuguiden. Videre har vi valgt å gjøre intervjuguiden tilgjengelig som et vedlegg (se vedlegg 3). Slik at leseren gis mulighet til å vurdere påvirkning spørsmålene har hatt på funnene i undersøkelsen.

Kvaliteten på transkriberingsprosessen vil kunne påvirke undersøkelsens reliabilitet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 211). Dette har vi forsøkt å ivareta ved at alle intervjuene har blitt tatt opp på lydopptaker, og transkribert kort etter gjennomføring av intervjuene. Lydopptakene var av god kvalitet slik at vi tydelig kunne høre informantenes uttalelser. Lydopptakene ga oss mulighet til å lytte til opptakene flere ganger, hvis vi var usikre på hva som var sagt. Dette var viktig for å kunne gjengi det informantene sa så nøyaktig som mulig.

I kvalitative intervjustudier går forskeren dypere inn i menneskers personlige opplevelser og nære relasjoner, dette medfører at det er mange etiske hensyn å ta (Dalen, 2011, s. 100- 104). Vi ønsker i det kommende og siste kapittelet i «*Forskningsdesign og metode*» å belyse hvilke etiske hensyn vi har tatt i forskningsprosessen. Ved å synliggjøre dette vil vi også styrke kvaliteten på undersøkelsen (Dalen, 2011, s. 104).

3.7 Etiske hensyn

Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH, 2016) viser til ulike etiske hensyn forskere må reflektere over. NESH (2016) viser til etiske retningslinjer som konfidensialitet, frivillig samtykke og anonymitet. I følge NESH (2016)

handler samtykke om at det skal være fritt og frivillig, noe som betyr at det ikke skal være tvang og press for å delta. I dette ligger at informantene når som helst i prosessen har rett til å trekke seg. Informantene skal i tillegg være informert om hvilken metode som skal benyttes, hva de deltar i og hvilke følger det kan ha å delta (NESH, 2016). Informantene våre fikk denne informasjonen før intervjuet, via informasjonsskriv (se vedlegg 2), samtykkeerklæring (se vedlegg 4), samt muntlig informasjon før intervjuet. Ettersom våre informanter var 16-17 år, var det viktig at informasjonen som ble gitt ble tilpasset deres alder (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 175). Alle informantene fikk kontaktinformasjonen til en av oss slik at de kunne ta kontakt om det var noe de lurte på i forbindelse med vår undersøkelse.

Et annet etisk hensyn omhandler konfidensialitet (NESH, 2016). I dette ligger at det kun er vi som forskere som skal ha tilgang på informasjonen informantene har gitt oss, samt andre personlige opplysninger om informantene. Ett annet aspekt innenfor konfidensialitet handler om at vi som forskere opplyser/forsikrer informantene om at de vil bli anonymisert slik at funnene vi presenterer ikke vil kunne føres tilbake til den enkelte informant (NESH, 2016). Anonymiseringen har vi løst ved at ingen personopplysninger er lagret skriftlig noe sted. Vi har videre anonymisert informantene ved å gi fiktive navn og de vil bli omtalt som: *Lise*, *Ada*, *Eva*, *Berit* og *Marit*. Videre har vi lagret alt skriftlig materiale, samt lydopptak på en sikker PC, med skrivebordsbeskyttet passord.

I juridisk forstand er informantene barn når de er 16-17 år, men i henhold til De nasjonale forskningsetiske komiteene (2009) sine retningslinjer trenger de ikke samtykke fra foresatte. Av den grunn lagde vi ikke et eget informasjonsskriv og samtykkeerklæring til foresatte. Men som Dalen (2011, s. 102) uttrykker har informantene ut fra deres alder særlig krav om beskyttelse. Derfor var det viktig at vi ivaretok informantenes behov, samt at vi var bevisste på hvilke negative konsekvenser denne undersøkelsen eventuelt kan få for informantene (Kvale og Brinkmann, 2015, s. 103 & 107). I følge Dalen (2011, s. 36) er det viktig at intervjueren er bevisst på at et intervju kan bevege seg inn på mer vanskelige og følsomme livsområder, det var derfor viktig at vi underveis i intervjusituasjonen var oppmerksomme på informantens kroppsspråk. Tjora (2017, s. 153) skriver at noen informanter kan synes det er vanskelig at det er to intervjuere tilstede under intervjuet. Av den grunn valgte vi å informere om dette i informasjonsskrivet slik at de var klar over dette før de sa «ja» til å være med i studien. Likevel kan det tolkes som at en av informantene ble noe stresset.

Undersøkelsen ble i desember 2017 meldt til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) og ble godkjent av NSD i januar 2018 (se vedlegg 5).

3.8 Oppsummering

I dette kapitlet har vi synliggjort våre metodiske valg og vår vei mot å belyse problemstillingen. Datamaterialet har blitt samlet inn via fem semistrukturerte forskningsintervjuer, og har blitt analysert i lys av den hermeneutiske sirkel. Etter transkripsjonen valgte vi å avgrense oss til Instagram, noe som medførte at problemstillingen ble endret til *Hvordan opplever unge jenter at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning?* Videre har studiens validitet, reliabilitet, samt etiske hensyn blitt diskutert. Hensikten med å vise våre metodiske valg er for å gjøre undersøkelsen mest mulig transparent for leseren. I det følgende kapitlet vil vi presentere og drøfte våre funn.

4 Presentasjon og drøfting av datamaterialet

Målet med det kvalitative forskningsintervjuet er å få innblikk i informantenes livsverden og beskrive deres opplevelser, erfaringer og tanker rundt fenomenet i lys av problemstillingen (Dalen, 2011, s. 13; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 46). I det følgende kapittelet ønsker vi å presentere funnene fra forskningsintervjuene i lys av våre forskningsspørsmål.

- 1) *Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?*
- 2) *Hvordan blir jentenes selvframstilling påvirket av andres selvframstillinger?*
- 3) *Hvordan påvirker andres selvframstillinger og «likes» unge jenters selvoppfatning?*

Forskningsspørsmålene vil bli presentert som hovedoverskrifter og vil inneholde et variert antall analytiske underkategorier. I framstillingen av funnene ønsker vi å vise likheter og forskjeller blant informantene, samt vektlegge informantenes egne formuleringer og fremheve de sentrale uttalelsene uten å miste det vesentlige. For å se funnene i en større helhet vil vi videre drøfte hvert forskningsspørsmål fortløpende. Under drøftingen vil vi uttrykke våre meninger om funnene og tolke hva informanten opplever og erfarer i lys av presentert empiri og teori. Videre vil vi oppsummere funnene fra hvert forskningsspørsmål og se dem sammen i lys av problemstillingen.

4.1 Forskningsspørsmål 1: Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?

Våre informanter består av fem jenter som går første året på videregående i Oslo og omegn. Alle jentene forteller at de bruker Snapchat og Facebook. Fire av våre informanter bruker i dag Instagram aktivt. Marit brukte Instagram tidligere, men slettet appen fra telefonen sin for ca. et halvt år siden. Alle informantene fikk en brukerkonto på Instagram rundt 13 års alderen. Ut fra funnene er det vanskelig å si noe om hvor mye tid jentene bruker daglig på Instagram, men det fremkommer at fire av jentene bruker mellom 3-5 timer daglig på sosiale medier, og ser på seg selv som høyforbrukere. Eva opplever seg selv som en lavforbruker, og forteller at hun bruker ca. 2 timer daglig på sosiale medier.

Generelt uttrykker alle jentene at mye av bruken knyttet til Instagram handler om å holde seg oppdatert og se hva venner, bekjente og kjendiser gjør. De uttrykker at bruken er knyttet til «at man kan vise seg frem og dele hva du gjør». En av informantene uttrykker at hun bruker Instagram fordi alle andre gjør det. I tillegg forteller Eva og Lise at de også bruker Instagram fordi det inspirerer dem ved at de blant annet kan se hva andre legger ut, samt velge hvem de vil følge. Alle informanten uttrykte at de ikke legger ut mye bilder av seg selv, men hvis de gjør dette er det bilder av hva de gjør og venner de er sammen med.

4.2 Drøfting av forskningsspørsmål 1 i lys av teori

I symbolsk interaksjonisme må ofte noe være signifikant for at det skal kunne forme selvet og selvoppfatningen. Vi ønsker derfor med dette forskningsspørsmålet å få innsikt i jentenes relasjon til Instagram for på den måten å kunne si noe om hvor signifikant Instagram er for våre informanter. Hvor signifikant Instagram eller relasjonene på Instagram er vil være viktig å belyse for å kunne si noe om påvirkningskraften den kan ha på jentenes selvoppfatning.

Funnene våre viser at jentene er mest aktive på Instagram, Snapchat og Facebook. Dette samsvarer med tallene fra Medietilsynet (2016) som viser at disse tre er de mest brukte sosiale mediene blant ungdom. Slik det fremkommer i funnene, har våre informanter vært på Instagram siden de var 13 år, som er aldersgrensen på Instagram (Instagram, 2018a). Ut fra dette kan det dermed forstås at Instagram har vært en viktig arena å komme seg inn på for jentene. Dette kan ha sammenheng med at sosiale medier er en betydningsfull formidlingskanal for hva som skjer i ungdomskulturen (Bakken, 2017). Ut fra funnene er det vanskelig å si noe konkret om jentenes tidsbruk på Instagram, men ut fra funnene kan vi si noe om jentenes generelle bruk av sosiale medier. Jentenes bruk av sosiale medier samsvarer med tallene fra Ungdata (2018) som viser at 28 % av elever på videregående bruker mer enn tre timer på sosiale medier om dagen. En av våre jenter skiller seg litt ut fra de andre ved å bruke ca. to timer om dagen på sosiale medier. Ut fra dette kan det forstås som at jentene er som de fleste andre jenter på sin alder når det gjelder bruk av sosiale medier. Det kan derfor se ut som sosiale medier har en sentral rolle i livene til informantene (Bakken, 2017).

I tråd med McQuails (1987) (Aalen, 2015) kan det se ut som jentenes bruk av Instagram kan dekke en del behov. Ut fra MaQuails (1987) «behovsliste» kan det tolkes som at jentene dekker sine behov knyttet til «informasjon» da de blant annet uttrykker at de bruker

Instagram for å se hva venner og bekjente gjør, samt følge med på kjendiser. Dette funnet samsvarer med funn fra NOVA-rapporten (Bakken, 2017) der det fremheves at unge bruker sosiale medier til å dele opplysninger om sine liv, se hva andre gjør og hvem de er sammen med. Sagt med andre ord holder jentene seg oppdatert på det som skjer i andres liv og i ungdomskulturen ved å bruke Instagram. Slik det fremkommer i funnene uttrykker jentene at bruken er knyttet til «at man kan vise seg frem og dele hva du gjør». Disse utsagnene kan knyttes til McQuails (1987) behov for «*felleskap og sosial interaksjon*», samt «*personlig identitet*». I følge Aalen (2015) kan Instagram og andre sosiale medier være med å dekke behovet for å kommunisere og føle tilhørighet, samt føle seg inkludert og akseptert. I ungdomstiden vet vi ut fra teorien at venner på den ene siden er svært viktig blant annet fordi venner er en kilde til å vise og føle tilhørighet og en viktig kilde til identitetsutvikling. På den andre siden kan sosiale relasjoner være med å skape inkludering og ekskludering (Kvalem & Wichstrøm, 2007). Dette kan sees i sammenheng med NOVA-rapporten (Bakken, 2017) der det påpekes at det kan ha store sosiale omkostninger for den enkelte unge hvis de ikke er tilstede på den sosiale samhandlingen over internett. Ut fra det overnevnte kan det derfor være naturlig at jentene er opptatt av interaksjon med venner. Vennene er med på å skape og forme dem, og dekke grunnleggende behov som kommunikasjon og samhørighet. Instagram og andre sosiale medier kan på den måten være med på å skape en følelse av felleskap med jevnaldrende gjennom interaksjon. I funnene fremkommer det at jentene bruker relativt mye tid på sosiale medier, og som nevnt omhandler dette blant annet å se hva andre gjør, og å bli inspirert. Dette kan derfor sees som at Instagram dekker McQuails (1987) siste behov som er «*underholdning og tidsfordriv*» (Aalen, 2015).

Tolker vi funnene i en større helhet kan jentenes relasjoner til Instagram ha en betydningsfull rolle i deres liv da dette blant annet kommer frem ved at de bruker mye tid på Instagram og andre sosiale medier, og ved at Instagram kan være med å dekke en del behov hos jentene. Knytter vi dette til Mead (1934) kan sosiale medier fremstå som en «signifikant andre» og dermed ha stor påvirkningskraft på jentene (Rye, 2013). Gjennom sin påvirkning kan det derfor tolkes som om Instagram kan være med på å forme jentenes selvoppfatning både positivt og negativt. Ut fra funnene ser det ut som mye av interaksjonen på sosiale medier er knyttet til jevnaldrende og kjendiser. Det kan derfor være disse rollene eller personene jentene har interaksjon med på Instagram som gjør at dette mediet kan fremstå som en «signifikant andre» for jentene. Det er med andre ord ikke nødvendigvis Instagram i seg selv

som er signifikant, men interaksjonsmulighetene, samspillet og samhandlingen med andre. Dette vil vi drøfte mer inngående i de to følgende forskningsspørsmålene.

4.3 Forskningsspørsmål 2: Hvordan blir jentenes selfremstilling påvirket av andres selfremstillinger?

4.3.1 Følger og følgere

Alle jentene har lukket konto. Fire av informantene har i mellom 400- 500 følger, disse følgerne er venner og bekjente, og de kjenner ikke alle som følger dem like godt. Lise har ca. 100 følgere og forteller at dette er venner, familie og bekjente. Når vi spør jentene om hvor mange de følger, ligger antallet på mellom 300-500. Dette er venner, bekjente, familie, kjendiser, inspirasjonskontoer og bloggere.

4.3.2 Jentene legger ut

Alle jentene sier at bildene på Instagram er fine og at fokuset ligger på å «vise frem» at én ser bra ut. Bildene er ofte redigerte og jentene forteller at det er et press på at bildene skal være av god kvalitet. Bildene «viser» ofte jentene og deres sosiale liv, der de er sammen med venner og har det gøy. Dette er for eksempel bilder som viser at de er på fest, kafe, på slalåm og hyttetur. Alle jentene uttrykker at det er gjennomtenkte bilder de legger ut på Instagram. Alle informantene forteller videre at de velger å legge ut bilder som fremstiller dem på en positiv måte, blant annet fordi andre kan se bildene deres. Lise ønsker at bildene skal være positive, men uttrykker også:

Lise: Jeg prøver jo å legge ut bilder på Instagram som gir et positivt bilde av meg ... ikke for andre men for meg selv da ... for å se tilbake på det å tenke «åh så hyggelig» (...) for meg er det egentlig et lite album.

I tillegg har jentene litt ulike forklaringer knyttet til valg av bilder. Berit forteller at hun tenker igjennom bildene fordi bildene blir liggende permanent på Instagram. Lise og Eva uttrykker at de velger å ikke legge ut bilder fordi de også har familie som følgere, og at de tenker igjennom hvem mottakeren er. Ada tenker også igjennom hvem som er mottakeren men har en litt annen forklaring. Hun forteller:

Ada: «på Instagram har man mange følgere som man ikke kjenner, og egentlig ikke vet hvem er og da ser jo de alle de innleggende du legger ut å da vil du jo fremstille deg selv på en bra måte».

4.3.3 «Online» og «offline»

Når vi spør jentene om de er de samme «online» (på Instagram) som «offline» («i det virkelige liv») svarer de oss litt ulikt. Berit sier at hun synes hun er den samme. Lise uttrykker at hun viser en annen versjon av seg selv, og at hun justerer seg ubevisst etter hvem som er mottakeren. Eva, Marit og Ada sier at de viser en forbedret utgave av seg selv. Eva og Ada uttrykker dette tydelig ved å si:

Eva: Ja, jeg prøver i hvert fall å legge ut bilder som viser at jeg, hva skal man si, at jeg er sosial da eller at jeg gjør ting (...) det stemmer kanskje ikke hele tiden, men jeg prøver faktisk å gi det inntrykket da.

Ada: Jeg syns jo ikke det. For der ser det ut som om man alltid har det gøy og alle bilder er perfekte men bak det, er det sikkert 20 andre bilder der du så helt jævlig ut, og det er jo ikke sånn at du har det kjempegøy hver kveld sånn det ser ut som på Instagram da ... sånn at jeg kan ta et fint bilde i kveld også kan jeg ligge å se ut som et troll dagen etter. Så det gir jo ikke ett bilde av hvem jeg er ... og hva jeg bruker livet mitt på.

Marit, Ada og Berit uttrykker også redsel knyttet til Instagram fordi er redde for at det skal bli lagt ut og delt bilder av dem på Instagram som andre har tatt og som de ikke har samtykket til. Eva uttrykker at hun er redd for at de som følger henne på Instagram skal oppfatte henne «feil» som «arrogant», «selvgod» eller «ikke selvsikker». Lise nevner ingenting om redsel ved bruk av Instagram under intervjuet.

4.3.4 Jevnaldrendes bilder/profiler

Jentene uttrykker at det som kjennetegner andre jevnaldrende jenters profil er perfekte bilder der de er på sitt beste med fine klær, pyntet og med venner. Lise og Eva syns det negative med Instagram er at folk bare legger ut de bra tingene. I tillegg sier Lise at hun synes det er

negativt at folk legger ut en fasade av seg selv på Instagram. Alle informantene uttrykker at de synes at det er mye fokus på kropp og utseende på Instagram. Det kan for eksempel være bildene som viser jenter i bikini, at de er veltrente, og akkurat har sminket seg. Berit sier at det generelt bare er pene folk på Instagram. Flere av jentene uttrykker også at andres bilder er overfladiske. Ada og Lise sier:

Ada: En typisk profil for jenter på min alder er jo masse bilder av fester du er på, venninner, og bare morsomme ting du gjør da i fritiden din ... alle Instagram bilder er jo basic helt like. Det er fire jenter som står og prøver å se litt fin ut å (...) Det er veldig viktig for folk å være fin på bilder på Instagram da, og det skjønner jeg jo ... det er jo veldig fokus på kropp, så man poserer jo sånn at man skal se bra ut å ... alle står der og har de store rompene.

Lise: Fordi det er jo det med Instagram, at folk har fjeset fullt av sminke og da er det det med at det blir mere falskt da (...) at du legger ut en fasade av deg selv.

4.3.5 Sammenligning

Eva uttrykker at det er lettere å sammenligne seg med andre på Instagram fordi man har lenger tid til å se bildene. To av jentene uttrykker at de aktivt «stalker» andre folk på Instagram ved at de gjentatte ganger går inn for å se på bildene til de de følger. Det kommer tydelig frem, flere ganger i løpet av intervjuene, at alle jentene sammenligner seg selv på ulike måter med andre de følger. For fire av jentene er denne sammenligningen først og fremst knyttet til andre jevnaldrende jenter og ikke kjendiser. Fire av informantene sier at sammenligningen er rettet mot kropp og utseende, samt hva andre gjør. Berit og Eva forteller:

Berit: Jeg tenker at det er de folkene man ser som da skal se veldig bra ut på bilder og sånn, da føler man kanskje selv at man må se like bra ut som dem, eller gjøre det de gjør eller sånne ting da.

Eva: Jeg føler at på Instagram så har man lenger tid altså man kan se igjen de samme tingene om og om igjen.

Selv om en av disse fire informantene sier at hun ikke er spesielt opptatt av kjendiser sier hun likevel:

Ada: Sånn som Kardashian, de legger jo bare ut undertøysbilder og bikinibilder og sånne ting og folk på min alder blir jo påvirket av det. Det er jo masse bilder av mine venner i bikini i Instagram ... og man burde jo være forsiktig med å legge ut sånne bilder egentlig, men man blir veldig påvirket da av hva på en måte andre legger ut (...) at hvis de gjør det, gjør flere det, også gjør alle det, så gjør hun i den andre klassen det, så tenker jeg at da kan jeg også gjøre det. Så det er ganske vanlig å legge ut bilder av seg selv i bikini (...) man vil se ut som kjendisene, man vil gjøre som dem.

Lise forteller at hun blir inspirert av «litt andre typer modeller», dette er modeller som får henne til å «tenke litt annerledes». Hun meddeler at hun «ikke er en person som bruker sminke eller syns at det er spennende» og forteller:

Lise: På Instagram har jeg på en måte blokkert hvordan man ser ut i forhold til.

Jentene uttrykker at sammenligningen med andre også handler om antall «likes». I intervjuet snakker jentene oppfordret og uoppfordret om viktigheten av «likes» og kommentarer. Det som går igjen hos alle informantene er at «likes» er viktigere enn kommentarer. I tillegg er fire av jentene opptatt av antallet likes. Fire av informantene uttrykker at en blir definert av antallet likes. Utsagnene som går igjen her er at «likes»: «sier noe om hvem du er», og «hvor mange venner du har», «hvor populær du er» og «gjør at du får lyst til å legge ut flere bilder». Ada og Berit uttrykker dette ved:

Ada: Ja, så det er ikke bare hvor fine bildene dine er, men hvor mange «likes» du får. For det viser også hvem du er da ... syns mange.

Berit: At man kanskje vil bevise for noen andre at man har fått mange «likes».

Lise har generelt et litt annet syn på «likes» enn de andre. Hun sier at hun synes det er «hyggelig», men ikke viktig og at det er «unødvendig», «falskt» og «overfladisk». Dette begrunner hun med at det bare er en handling som gjøres og at det ikke ligger noe i det. Selv om Ada, Marit, Eva og Berit synes det er viktig å få «likes» sier de også at folk bare liker

bilder på automatikk, at dette ikke er en gjennomtenkt handling og at det «egentlig» ikke betyr noe. Tre av jentene forteller:

Ada: Var det ikke fint nok ellers så bryr man seg veldig mye om ... eller man vil at andre skal se at du har mange «likes». Så det blir jo litt sånn at man tenker over det ... man vil jo gjerne ha mange «likes» på bildene sine.

Berit: Jeg tenker det ofte er sånn at det er de som får mange «likes» som har mange venner og sånne ting da. Men at de som kanskje ikke får så mange «likes» da kanskje de har vanskeligheter med å få venner.

Marit: Ja, jeg følte at hvis jeg på en måte fikk mange «likes» og sånn da kunne andre tenke at hun er «kul» også hvis jeg ikke fikk det så var det litt sånn at folk kunne tenke at jeg var taper eller noe sånn da.

4.4 Drøfting av forskningsspørsmål 2 i lys av teori

I det følgende vil vi belyse hvordan informantens roller og selvframstillinger påvirkes av andres selvframstillinger og roller. Vi ønsker å se om det blant annet er ulike normer eller et press på hvordan jentene fremstiller seg selv på Instagram, samt hvordan dette kan påvirke deres selvframstilling. Samtidig ønsker vi å se på hvilken betydning jevnaldrende og kjendiser har for jentenes selvpresentasjon og om disse lager signifikante eller generaliserte roller som er med på å påvirke informantenes selvframstilling på Instagram. I lys av Goffman (1992) vil vi drøfte kompleksiteten i interaksjonen på Instagram, og hvordan dette kan påvirke jentenes selvframstilling og selvoppfatning. Mot slutten vil vi drøfte hvordan «likes» kan være med på å påvirke jentenes selvframstilling.

4.4.1 Jentenes og andres selvframstilling på Instagram

Slik det fremkommer i forskningsspørsmål 1, legger ikke våre informanter selv ut så mange bilder på Instagram, men funnene viser imidlertid at de bildene de legger ut er gjennomtenkte og bevisste. De uttrykker blant annet at bildene de legger ut på Instagram skal vise at de ser bra ut. Dette samsvarer med forskning som viser at brukere ønsker å fremstå som mer attraktive på sosiale medier (Brandes & Levin, 2013). Jentene forteller videre at det er viktig

at bildene er av god kvalitet og at de gjerne legger ut bilder av deres sosiale liv, der de er sammen med venner og gjør lystbetont aktiviteter. Hva jentene velger å legge ut på Instagram kan med andre ord oppfattes som deres selvpresentasjon på Instagram, altså hvordan de velger å fremstille seg selv. Med tanke på dette og ut fra funnene kan det forstås som at våre informanter har en ganske lik selvframstilling som sine jevnaldrende på Instagram. Ada forteller blant annet at Instagram profilene til jenter på hennes alder ofte er «masse bilder av fester du har vært på, venninner og bare morsomme ting du gjør». Deretter forteller hun at «alle Instagram bilder er jo basic helt like. Det er fire jenter som står og prøver å se litt fine ut». At profilene fremstår som like kan knyttes til at unge ofte er opptatt av å passe inn og finne sin rolle (Erikson, 1968; Kavlem & Wichstrøm, 2007). Det kan blant annet handle om at de ønsker å passe inn i gjengen og at de ikke vil skille seg ut. De ønsker å gi et inntrykk som er ganske likt de andres (Goffman, 1992). Derfor blir det mye av det samme og mye fokus på det som er visuelt og det som kan sees på en skjerm. Av den grunn kan profilene og selvframstillingene til jentene fremstå som like. Dette samsvarer med teorien der det kommer frem at selvpresentasjonene på Instagram ofte er like, med hverdagslige bilder fra eksempelvis fritid og ferie (Aalen, 2015; Manovich, 2016). I tråd med hva Toma og Carlson (2015) hevder oppfatter vi at fire av jentene vi intervjuet prøver å fremstille et idealisert bilde av seg selv og sin hverdag på Instagram. Dette kommer blant annet til uttrykk når tre av jentene forteller at de viser en forbedret utgave av seg selv. Eva uttrykker blant annet at hun prøver å fremstille seg selv som sosial. Samtidig uttrykker både Ada og Eva at bildene ikke nødvendigvis viser et riktig bilde av dem og at bildene sier lite om hvem de er. Det at Instagrambrukere legger ut bilder som fremhever dem på en positiv måte kan derfor forstås som en uskreven norm, som også ser ut til å påvirke våre informanternes selvpresentasjon.

Dette kan kobles til det Goffman (1992) kaller å gi og avgi et uttrykk. I følge Goffman (1992) kan jentene gi et uttrykk som er ønsket og målrettet eller de kan avgi et uttrykk som ikke først var planlagt. Det inntrykket jentene gir på Instagram kan de planlegge ved at de trekker seg tilbake bak scenen. Der kan de tenke igjennom inntrykket de ønsker å gi andre og på den måten kontrollere sin egen selvpresentasjon. På den måten kan de få mulighet til å lage et idealisert bilde av seg selv, der de er selektive og legger ut bilder som fremstiller dem på en bra og positiv måte, ofte gjennom at de har på «sminke», «fine klær» og ved at de er «sosiale». Ut fra dette kan det se ut som bildene mer er et uttrykk for det inntrykket de ønsker å gi andre enn en riktig framstilling. I følge Kavlem og Wichstrøm (2007) gjør unge dette for å kontrollere det inntrykket de gir og de tilbakemeldingene de får. Bak scenene, eller

«offline», kan jentene i følge Ada se ut som et troll, men på scenen, «online» ser det mer ut som de lever perfekte liv, er sosiale med venner og viser seg frem fra sin beste side. Ut fra dette kan vi på den ene siden forstå det som at jentene har mulighet til å kontrollere sin egen selvpresentasjon på Instagram. På den andre siden opplever tre av jentene en redsel knyttet til bruk av Instagram. Dette omhandler at jentene er redde for at bildene de legger ut skal mistolkes, samtidig er de redd andre skal ta og dele bilder av dem som de ikke har samtykket til. Det kan tolkes som at jentene opplever en frykt for at egen selvpresentasjon skal komme ut av kontroll. Goffman (1992) kaller dette å avgi et inntrykk, selvfremstillingene er dermed ikke like ønskelig eller planlagt. Det kan gjøre at selvpresentasjonen mister sin konsistens, og det kan se ut som dette kan skape en del stress hos noen av jentene. I følge Kvalem og Wichstrøm (2007) er venner viktig for at den unge skal føle tilhørighet og oppleve psykiske velvære, men venner kan også være en kilde til stress. Det blir derfor viktig for unge å passe inn, og kroppen kan bli et kommunikasjonsmiddel for å få til dette. Når unge ikke greier å kontrollere selvfremstillingen og tilbakemeldingene kan dette føre til at de blir stresset for å falle utenfor gruppen, fordi de ikke mestret å styre rollen sin (Goffman, 1992; Lillemyr, 2007). Stress er i følge Berg (2005, s) en risikofaktor for utvikling av psykiske lidelser.

Vi forstår det som at denne redselen kan henge sammen med at publikum på Instagram er stort sammenlignet med i det «virkelige liv». Fire av jentene har mellom 400-500 følgere, og jentene forteller at dette både er venner og folk de ikke kjenner. Jentene uttrykker, som nevnt tidligere, at det er gjennomtenkte bilder de legger ut av seg selv. Lise og Eva uttrykker blant annet at de tenker igjennom hvem mottakeren er. I likhet med de to andre er Ada bevisst på hvem mottakeren er, men forklarer at «på Instagram har man mange følgere som man ikke kjenner, og egentlig ikke vet hvem er og da ser jo de alle de innleggende du legger ut å da vil du jo fremstille deg selv på en bra måte». Vi tolker dette som at jentene tilpasser atferden sin etter hvor stort publikum er og hvem de er. Dette kan knyttes til det Aalen (2015) skriver om at det ikke trenger å være et fysisk publikum for at det skal påvirke. Vi forstår det som at grunnen til at bildene er gjennomtenkte blant annet kan handle om at jentene har ulik tilknytning til sitt publikum, og dermed er det mange hensyn å ta når fasaden skal opprettholdes eller rollen spilles ovenfor publikum (Goffman, 1992). Selv om Lise uttrykker at hun tenker igjennom hvem mottakeren er, kan det se ut som Lise ikke blir påvirket av sitt publikum på samme måte som de andre jentene. Dette kommer blant annet frem gjennom at Lise ikke uttrykker noen redsel ved bruk av Instagram. Selv om Lise ikke forteller noe om hva grunnen til dette er, tolker vi det som at dette blant annet kan henge sammen med at hun

har et mindre antall følgere, og at hun kjenner alle sine følgere. Et mindre antall følgere utgjør også færre interaksjoner og en annen nærhet eller tilknytning til «publikum».

Det overnevnte kan på den ene siden tolkes slik at Instagram gjør skillet mellom av og på scenen tydeligere. Dette fordi jentene lettere kan lage et idealisert bilde av seg selv ved at de kan trekke seg tilbake og planlegge selvpresentasjonen «offline» (Goffman, 1992). Samtidig gir jentene uttrykk for at de har en redsel for at selvfremstillingen skal komme ut av kontroll, dette omhandler blant annet at bildene kan mistolkes eller at det skal bli tatt og lagt ut bilder av dem på Instagram uten deres samtykke. På den andre siden uttrykker Berit at hun tenker igjennom hvilke bilder hun legger ut fordi bildene på Instagram ligger der permanent. Dette kan blant annet forstås som at Berit aldri helt er av scenen fordi bildene ligger ute konstant, og folk har da mulighet til å se bildene når og hvor de vil. Med andre ord er jentene alltid i rampelyset. Dette kan blant annet føre til at det blir et uklart skille eller flytende overganger mellom «offline» og «online» for jentene eller som Goffman (1992) sier *bak* og *på* scenen. Turkle (2011) hevder noe av det samme og sier at mobilens kraft kan forandre hvem vi er, og påpeker videre at det kan bli uklart for individet når de er alene og når de er sammen med andre. Vi forstår det som at dette kan ha en sammenheng med at det postmoderne samfunnet heller ikke er fast og stabilt, men interaktivt i rask og flyktig endring (Bauman, 2001; Frønes, 2011). Frønes (2011) skriver at moderne medier nærmest har blitt en del av oss og at de former våre liv. Dette kan gjøre selvpresentasjonen vanskelig fordi konteksten blir borte og det blir vanskelig for jentene å vite hvilken rolle de skal spille, samt når de kan slappe av og være bak scenen. Konteksten kan føles uklar fordi jentene ikke får de samme speilingene på Instagram som de får ansikt- til- ansikt (Mead, 1934). Når mennesker ikke møtes ansikt- til- ansikt, men bare ser selvpresentasjonen over skjermen kan det bli vanskeligere å forutse hvordan andre vil konkludere eller hvordan den andre forstår deg. Det kan dermed bli vanskeligere for jentene å tilpasse atferden sin når konteksten er uklar og når de umiddelbare speilingene ikke er tilstede. Ut fra dette kan det se ut som det blir det Aalen (2015) kaller en «kontekstkollaps».

Oppsummert kan det på den ene siden se ut som Instagram gir gode muligheter til å konstruere en idealisert selvfremstilling. På den andre siden kan de flytende overgangene og den uklare konteksten gjøre selvfremstillingen og identitetsutviklingen mer komplisert enn før (Bauman, 2001; Frønes, 2011; Goffman, 1992; Turkle, 2011).

4.4.2 Sammenligning

Ut fra funnene kan det se ut som at det er et stort spekter av rollefigurer jentene sammenligner seg med. Det kan være venner, bekjente, modeller og kjendiser. Vi vil i det følgende drøfte hvordan jevnaldrende og kjendiser påvirker jentenes selvframstillinger, samt hvilken betydning «tid» spiller for sammenligningsmulighetene.

Sammenligning med jevnaldrende

I tenåring- og ungdomstiden er venner viktige og kan oppfattes som «signifikante andre» (Erikson, 1968; Mead, 1934). Av den grunn vil trolig venne- og jevnalderprofiler være «signifikante andre». Dette kommer eksempelvis frem gjennom at to at jentene bruker tid på å aktivt «stalke» andre jevnaldrende på Instagram. Det kan derfor tolkes som de «spionerer» på andre fordi de er opptatt av hvordan jevnaldrende fremstiller seg selv og hva de gjør. Ut fra funnene kan det se ut som mye av «stalkingen» jentene forteller om er knyttet til at de sammenligner kropp og utseende. Dette kan knyttet til at kropp og utseende er en viktig del av den unges oppfattelse av seg selv, samt et verktøy for å vise identitet og tilhørighet. Dette kan henge sammen med at det er mulig å forme og kontrollere kroppen og utseende (Kvalem & Wichstrøm, 2007). Ved å kontrollere det ytre kan det forstås som at de unge også kontrollerer selvpresentasjonen, og på den måten de tilbakemeldingene de får fra andre. De tilbakemeldingene eller speilingene de får fra andre i sosial samhandling vil igjen påvirke deres selvoppfatning (Mead, 1934).

Sammenligningen kan ifølge Berit gjøre at en føler en «må se like bra ut som dem eller gjøre det de gjør». Dette kan derfor se ut som sammenligningen med jevnaldrende påvirker Berits selvpresentasjon på Instagram. Dette kan henge sammen med at identitetsutviklingen i denne perioden av livet er sterkt knyttet til jevnaldrende. Påvirkningen jevnaldrende har kan være positiv, men den kan også bli negativ når det blir et press på å innfri koder for kropp og utseende. For jentene er kroppen et observerbart ytre og dermed et kommunikasjonsverktøy i selvframstillingen, samt en viktig del av jentenes opplevelse av seg selv (Kvalem & Wichstrøm, 2007). Den psykiske helsen har også en kroppslig dimensjon (WHO, 2014). Kroppen er i denne perioden ifølge Kvalem (2007) knyttet til økt misnøye. Kroppen har forandret seg mye og det kan føre til større avstand i sammenligningen mellom det generaliserte, universelle eller ideelle kroppsidealet og egen kropp (Higgins, 1987; Bauman, 2001; Mead, 1934). Hvordan jentene evaluerer eget utseende og egen tilhørighet kan spille

inn på hvordan de velger å fremstille seg selv og hvordan de bruker kroppens overflate til å få til dette. Hvis de da greier å fremstille seg selv og spille rollen slik de ønsker, og får gode tilbakemeldinger, kan dette eksempelvis spille positivt inn på selvoppfatningen deres, fordi situasjonen er preget av mestring (Lillemyr, 2007). Hvordan jentene oppfatter seg selv vil videre påvirke hvordan de velger å fremstille seg. Dette kan henge samme med at selvframstillingen blir en måte å vise hvem en er og hvordan en oppfatter seg selv på. Hvis tilbakemeldingen jentene får i tillegg oppfattes som signifikant vil de trolig justere seg i selvpresentasjonen.

Funnene viser at fire av jentene først og fremst er opptatt av egne selvframstillinger fordi de ønsker å se bra ut når andre skal se dem. Dette kan tolkes som at de er bevisste på hvilke inntrykk de ønsker å gi andre og at de derfor spiller en konstruert rolle av seg selv på Instagram (Goffman, 1992). I likhet med de andre informantene legger Lise også ut bilder som gir et positivt bilde av henne, men i motsetning til de andre uttrykker Lise at hun gjør det for sin egen del fordi hun liker å se tilbake på de hyggelige tingene hun har gjort, og hun sier «for meg er det egentlig ett lite album». Ut fra funnet kan det tolkes som at Lise ikke sammenligner seg selv med andres profiler på Instagram på samme måte som de andre jentene. Dette uttrykker hun godt ved å si: «på Instagram har jeg på en måte blokkert hvordan man ser ut i forhold til». Dette kan sees i sammenheng med at det er store forskjeller på hvor mye ungdom lar seg påvirke. Dette kan blant annet henge sammen med tidligere erfaringer og modningsnivået på jentene (Kvalem & Wichstrøm, 2007). Dette kan forstås i lys av Mead (1934). Tryggheten Lise viser kan derfor henge sammen med hvilke speilinger hun har fått fra andre gjennom oppveksten, og hvordan hun oppfatter seg selv knyttet til disse (Berg, 2005; Kvalem, 2007). Det å sammenligne seg lite med andre jevnalderprofiler på Instagram kan henge sammen med at hun ikke knytter sin egen rolle eller slik hun ser på seg selv til andres selvframstillinger (Goffman, 1992). Hun sier selv at hun synes «mye er litt falskt», og at det er negativt at folk bare legger ut en fasade av seg selv gjennom å bare fokusere på de bra tingene. Dette kan sees i sammenheng med at bildene på Instagram ofte er selektive, der brukerne fremhever de positive kvalitetene (Toma & Carlson, 2015). I tillegg forteller Lise at hun «ikke er en person som bruker sminke eller syns at det er spennende». Ut fra disse funnene kan det se ut som at Lise ikke føler særlig tilhørighet til mennesker som er opptatt av utseende og bruker sminke. Hun uttrykker blant annet at dette ikke er viktig for henne, og i lys av Mead (1976) kan dette forstås som at Lise ikke oppfatter speilingene som signifikant. Det kan videre tolkes som at jevnaldrenes selvframstillinger på Instagram ikke er

«signifikante andre» for henne, og at det derfor ikke blir nærliggende å sammenligne seg med disse (Rye, 2013).

Sammenligning med kjendiser

Tre av jentene uttrykker at de ikke er opptatt av kjendiser, og at de ikke sammenligner seg med disse. I motsetning til disse tre informantene uttrykker Ada indirekte at hun sammenligner seg med kjendiser. Det kan se ut som hun henter inspirasjon hos dem ved at hun forteller «man vil se ut som kjendisene, man vil gjøre som dem». Ada forteller at hun opplever at andre blir påvirket av kjendisenes bilder, og uttrykker: «Kardashian, de legger jo bare ut undertøysbilder og bikinibilder og såne ting og folk på min alder blir jo påvirket av det. Det er jo masse bilder av mine venner i bikini på Instagram». Dette kan forstås som at kjendisene kan være innflytelsesrike inspirasjonskilder, rollemodeller og «signifikante andre», samt sette standarder for hva som er det ideelt selv eller et generalisert skjønnhetsbilde. Som Ada selv sier «man vil gjøre som dem». Utsagnet til Ada er et godt eksempel på hvilken makt eller påvirkningskraft disse «signifikante andre» kan ha. Kjendisene kan dermed sees på som signifikante styringsfaktorer ved at de legger ut har en «smitteeffekt» på hva unge jenter legger ut på Instagram.

Ser vi tilbake på teorien er selvoppfatning en viktig styringsfaktor for atferd (Duesund, 1995). Hvordan jentene oppfatter seg selv kan være med på å styre hvilke bilder de legger ut og hvordan de reagerer på ulike stimuli som eksempelvis kan være andres bilder. Ett eksempel på dette kan være at hvis kjendisene legger ut bikinibilder gjør flere unge jenter det samme. Dette kan forstås som at unge jenter får interaktive speilinger fra signifikante kjendiser på hva som er en «vakker kropp og et perfekt utseende», samt hva som er en bra og riktig måte å fremstille seg selv på. Dett kan gjøre at kjendisene kan være med å sette en standard for hvordan unge jenter opplever at de bør fremstille seg selv. Det kan derfor tolkes som at disse «signifikante andre» kan være med på å forme og påvirke jenters syn på egen kropp og dermed trolig deres selvfremstilling og selvoppfatning (Frønes, 2011; Rye, 2013). Både Ada og flere av de andre informantene uttrykker gjentatte ganger under intervjuene at «de blir påvirket» og at det er et «press» på hvordan de skal fremstille seg selv. Det kan se ut som dette ikke bare er et press som kommer fra andre jevnaldrende, men at presset også kommer fra selvfremstillinger som kjendisene har. Ut fra dette kan det se ut som at kjendisene kan åpne opp for et kroppspress og kroppsfokus samtidig som de kan være med på å skape begrensinger for unge jenters selvutfoldelser og selvpresentasjoner.

Som tidligere påpekt handler Lise sin sammenligner på Instagram i liten grad om jevnaldrende. Funnene viser derimot at Lise sammenligner seg mer med «litt annerledes modeller» på Instagram fordi de inspirerer henne til å tenke litt annerledes. Ut fra dette kan det forstås som at Lise ikke lar seg påvirke av generaliserte idealer og stereotypier i like stor grad som de andre jentene (Higgins, 1987; Mead, 1934). Det kan derimot tolkes som om Lise bevisst har funnet rollemodeller som påvirker henne og hennes selvframstilling positivt. Det kan se ut som hun ikke ønsker, og samtidig har bestemt seg for at det som samfunnet ser på som «perfekt kropp og utseende», ikke skal påvirke henne eller at hun ikke ser på samfunnets «kroppsideal» som «perfekt». Hun forholder seg dermed kanskje til andre «generaliserte andre» enn de andre jentene (Lock og Strong, 2014). Hun bryter på den måten ut av det som kan oppfattes som samfunnets generalisert skjønnhet eller ideal (Higgins, 1987; Mead, 1934). Dette kommer frem gjennom at hennes selvframstilling på Instagram er inspirert av andre roller enn hos de andre jentene og ved at hun ikke uttrykker noen redsel knyttet til å miste kontrollen over egen selvframstilling. Hun sier selv at Instagram er et album for henne.

Tid

To av jentene sier at de aktivt gjentatte ganger «stalker» andre profiler på Instagram. Dette er, som tidligere nevnt, med å støtte tanken vår om at andres profiler kan fremstå som «signifikante andre» for jentene. Eva snakker mye om sammenligning og trekker eksplisitt inn «tid» som et viktig moment for at hun skal kunne «se igjen de samme tingene om og om igjen». Dette kan sees i sammenheng med det Berit sier om at bildene blir liggende på Instagram permanent. Instagram er som Eva sier med å gi henne «oversikt» eller kontroll. Her kan det på den ene siden se ut som jentene «stalker» eller «spionerer» på andre fordi de har tid til det. På den andre siden kan dette knyttets opp til Goffman (1992) sitt bak scenen, der individet har mulighet til å trekke seg tilbake, observere, «stalke», og tenke igjennom inntrykkene andre gir. Bak scenen har individet mulighet til å sammenligne seg med andre og tenke igjennom hvilke inntrykk individet selv ønsker å gi andre. I følge Turkle (2011) hjelper teknologien mennesker til å få kontrollen over selvkonstruksjonen. Teknologien gir mennesker tid til å kontrollere selvframstillingen og få den til å bli slik de ønsker. Som vist og drøftet handler mye av sammenligningen om kropp og utseende. Den ytre kroppen blir et redskap for å kunne lage et idealisert bilde av seg selv, og denne idealiseringen er sterkt knyttet til andres selvpresentasjoner gjennom jentenes sammenligninger av kropp og utseende. Eva sier selv at hun henter inspirasjon fra andre på Instagram, og at denne

inspirasjonen kan få henne til å gjøre noe av det samme eller noe helt annerledes. Tiden gir henne mulighet til å hente inspirasjon på Instagram på en annen måte enn «i det virkelige liv». Hun får tid til å sammenligne og det kommer tydelig frem at dette påvirker selvframstillingen hennes gjennom at hun lar seg «inspirere» av det andre legger ut. Flere av de andre jentene gir også uttrykk for at det er et press på Instagram som er sterkt knyttet til kropp og utseende. Hvordan kroppen og utseende fremstilles på Instagram kan fremstå som signifikant for flere av jentene, da dette gjentatte ganger blir nevnt både oppfordret og uoppfordret. Presset disse jentene snakker om fremstår som et signifikant press fordi presset påvirker selvframstillingen deres, og det kan se ut som tiden er viktig for å forstå hvorfor presset påvirker jentene.

4.4.3 «Likes»

Funnene viser at sammenligningen jentene forteller om på Instagram også handler om «likes». På den ene siden sier flere av jentene at «likes» egentlig ikke betyr noe, men de sier samtidig at «likes» er viktigere enn kommentarer. Hva de legger i «egentlig» er litt usikkert, men det kan tolkes som at det ikke er viktig fordi de i utgangspunktet tenker at det bare er en «knapp» og at det derfor ikke burde ha noe å si i den store sammenhengen. Selv om det ut fra dette på den ene siden kan virke som om jentene er noe ambivalente knyttet til hvor signifikante «likes» er, kan det på den andre siden se ut som fire av jentene er opptatt antallet «likes». De uttaler blant annet at det kan si «noe om hvem du er» og «hvor mange venner du har» og «hvor populær du er». Utsagnene kan tolkes som at «likes» sier noe om jentenes identitetstilknytting, tilhørighet og status i vennegjengen og jevnaldningsfelleskapet. Som påpekt av Erikson (1968) og Kvaalem og Wichstrøm (2007) er venner og jevnaldrende viktig på flere områder i livet til unge, og kan blant annet være med på å forme identiteten og hvordan de oppfatter seg selv. Det kan derfor forstås som at venner ofte har en signifikant betydning i identitetsutviklingen og den unges behov for tilknytning. På den måten kan venner være med å skape en følelse av et «vi» og et «dem». «Likes» kan dermed si noen om den tilknytningen og rollen de har i jevnaldersfelleskapet (Erikson, 1968). Vi forstår det derfor som at antallet «likes» er en viktig del av jentenes selvframstilling på Instagram. Dette kan videre handle om at jentene ønsker å gi andre et inntrykk av at de har en populær plass i vennegjengen, ser bra ut, har mange venner og er en betydningsfull person. Som nevnt tidligere kan dagens flytende og interaktive verden skape et uklart skille på når du er av og på scenen (Bauman, 2001, Goffman, 1992). Dermed kan det som skjer på Instagram være viktig

for jentene «i det virkelige liv». «Likes» sier ikke bare noe om dem på Instagram, men «likes» sier også noe om hvem de er «i det virkelige liv». Antall «likes» kan si noe om statusen din ikke bare på Instagram, men også når de «offline». Berit uttrykker dette godt når hun sier «at man kanskje vil bevise for noen andre at man har fått mange «likes»». Dette utsagnet kan gi et inntrykk av at det handler om status og hvilket inntrykk de vil gi publikum. «Likes» kan fremstå som signifikant i jentenes selvfremstilling fordi «likes» kan si noe om den statusen jentene har, og hvem de får «likes» av kan si noe om hvem de ønsker å identifisere seg med og søke tilhørighet hos.

De sier at de stort sett liker venners bilder og at de ellers trykker «likes» på andres bilder på automatikk. Dette underbygger at bildene jentene velger å «like» også er knyttet til hvem i jevnaldersfellesskapet de søker mot. Det kan se ut som at det å «like» bilder først og fremst er et spill for galleriet eller for publikum. Det handler om å vise eller presentere hvem du hører til. På den måten kan det se ut som motivasjonen for å trykke «liker» ofte er rettet mot at de ønsker å bli sette selv, og vise at de er tilstede, at de er aktive og hvem de aktive med (Lillemyr, 2007). De har en rolle der inne som må formes og tilpasses. Et begrep som går igjen i intervjuene er «å vise». Det kan derfor se ut som mye på Instagram handler om å vise seg frem, vise sin selvfremstilling og sin rolle. Når det gjelder «likes» kan dette også handle om å vise seg frem for galleriet (Goffman, 1992).

En av jentene sier at antallet «likes» kan «gjør at du får lyst til å legge ut flere bilder». På den måten kan «likes» fungere som en motivasjonsfaktor, og motivasjon påvirker atferden vår (Lillemyr, 2007). Dette kommer frem gjennom at hun ønsker å legge ut flere bilder fordi hun igjen håper på å få mange «likes» på neste bilde. Antallet «likes» kan på den måten forme hvordan hun ser på seg selv, «likes» kan gi henne følelsen av at hun har lyktes eller den kan gi henne en følelse av nederlag. Når jentene forteller at det er mye fokus og press på kropp og utseende kan det gjøre at jentene selv legger ut bilder med mye kropp fordi de ønsker å få mange «likes». På den måten kan «likes» virke motiverende slik at jentene selv legger ut den type bilder (Lillemyr, 2007). Videre kan være slik som forskning viser at det er jenter som i utgangspunktet er opptatt av kropp og utseende som er de meste aktive brukerne av sosiale medier (Triggermann & Slater, 2013). Lise kan være en slik motvekt, hun gir oss inntrykk av at «likes» ikke er viktig, bare at det er «overfladisk» og «falskt», men at det også kan være «kult» og «hyggelig». Hun mener at antallet «likes» ikke er viktig fordi «du burde jo bare drite i hva de synes om bildene, fordi det er jo dine bilder og det betyr ikke noe mer eller

mindre». Dette begrunner hun med at «jeg vet jeg har gode venner». Det kan se ut som «likes» ikke har like mye statusverdi eller at det ikke er signifikant for Lise som for de andre jentene. Lise ønsker derfor ikke at «likes» skal påvirke hva hun legger ut. «Likes» påvirker derfor trolig ikke hennes selvframstilling i like stor grad som det gjør hos de andre jentene. Det kan se ut som om antallet «likes» ikke fungerer motiverende slik det gjør hos de andre.

4.5 Forskningsspørsmål 3: Hvordan påvirker andres selvframstillinger og «likes» unge jentenes selvoppfatning?

Alle jentene uttrykker at de personene som påvirker selvoppfatningen deres mest i hverdagen og på sosiale medier er venner. De utdyper dette med å si at påvirkningen fra venner kan være både positiv og negativ. Fire av jentene uttrykker videre at de sammenligner seg med andre jevnaldrende, og at det er ett «press» på «kropp og utseende» og antall «likes».

4.5.1 Positive uttalelser- påvirkning

Å se hva andre gjør

Da vi spurte jentene hva som var bra med Instagram og hvorfor de bruker Instagram svarte alle jentene at dette er fordi de kan «se og følge med på hva andre gjør og hvem de er sammen med» og de uttrykte at dette var gøy. Eva uttrykker i tillegg at hun syns at det øker kreativiteten, dette utdyper hun med å si: «kanskje vil jeg gjøre noe lignende eller kanskje gjøre noe helt annerledes.»

Kropp og utseende

Lise forteller at hun blir inspirert av litt annerledes typer modeller, dette er modeller som får henne til å tenke litt annerledes.

Likes

Fire av jentene sier at «likes» er en «bekreftelse», og de kommer med utsagn som «du blir sett», «forstått», «at man blir glad», «oppmerksomhet», «folk bryr seg», «støtte», «bli lagt merke til», «lykkes», «kul», «god følelse», «viktig», «bedre selvtillit», «vil legge ut flere bilder», «bedre humør» og «mange venner». To av informantene uttrykker videre:

Ada: Altså, du vil jo ha bekreftelse fra andre på at du ser bra ut og at det er et fint bilde. Så de liksene og kommentarene er på en måte den bekreftelsen. Så hvis man får mange likes, så blir man jo veldig fornøyd med seg selv på en eller annen måte, så det er jo den effekten det har. At man får mange mer selvtillit av å få mange likes på Instagram.

Eva: Man blir i hvert fall ganske glad da, og det er egentlig det jeg synes er litt skummelt da fordi man blir glad når man får mange «likes». Fordi jeg føler ikke at de «liksene» betyr så veldig mye, men fortsatt så har de stor betydning. Man føler at man har lykket.

I motsetning til de andre jentene sier Lise at det er «gøy og hyggelig men ikke viktig», og sier i tillegg:

Lise: Det er selvfølgelig kult å få femti «likes», men det er ikke så farlig fordi du burde jo bare drite i hva de syns om bildene, fordi det er jo dine bilder og det betyr ikke noe mer eller mindre (...) fordi jeg vet at jeg har gode venner.

4.5.2 Negative uttalelser - påvirkning

Å se hva andre gjør

Tre av jentene uttrykker at de blir negativt påvirket av å se hva andre jevnaldrende på Instagram gjør, som for eksempel at de er sosiale ved å være på fest der jentene selv ikke er tilstede, og sier de at de kan bli litt sjalue. Marit utdyper dette med:

Marit: Jeg føler også at det med å få dårligere selvtillit ved å se på andre hører mer hjemme med Instagram enn Snapchat. Det jeg også litt av grunnen for at jeg slettet Instagram er fordi poppet opp så utrolig mye at folk som går på sanda i bikini og har trent i fem år liksom og det får jeg jo ikke noe av på Snapchat. Ja så det er derfor jeg slettet Instagram og mye grunnen til det.

Kropp og utseende

Alle jentene opplever at det er mye press på kropp og utseende på Instagram. Ada, Eva og Marit sier at de sammenligner seg med andre jevnaldrende og uttrykker med dette at de «føler

at de ikke er bra nok», «hvorfor ser ikke jeg sånn ut» eller «føler at man ikke ser like bra ut», de uttrykker at disse sammenligningen skaper et press, og «dårligere selvtillit» og «dårlig selvilde» og at «humøret mitt ble dratt ned». I likhet med Ada og Eva snakker Berit også mye om press og negativ sammenligning, men hun sier at det aldri har påvirket henne. I tillegg uttrykker hun at det «ikke er andre som lager presset men at man lager presset selv». To av jentene forteller videre:

Eva: At man føler at man ikke er like god som dem og sånt, og at man til slutt bare gir opp og får et dårlig bilde av seg selv. Fordi jeg føler at på Instagram og sånn så kan man vise talentene sine ... som utseende eller noen som kan danse ... og når du selv merker at du ikke klarer de tingene da, at du begynner å se litt ned på deg selv ... at man føler at man ikke er på det samme nivået da, som de andre.

Lise: Det har jeg på en måte lært meg å ignorere, fordi det får jeg ikke gjort så mye med ... og jeg er ikke så opptatt av hvordan andre folk ser ut da. Fordi når du ikke er syltynn og ikke ser ut som de så er det sånn ... ja ja det gå bra.. det hadde jo selvfølgelig vært fint men du bare tenker ikke på det på den måten da ...

Sammenlignet og i kontrast til de fire andre jentene forteller Ada at hun opplever mer kroppspress fra kjendiser og meddeler følgende:

Ada: Mange får sikkert dårligere selvtillit av at alle ser så sykt bra ut på sosiale medier (...) Sånn som Kardashian (...) man vil se ut som kjendisene, man vil gjøre som dem.

«Likes»

Lise uttrykker at «likes» er «litt løgn» og at det er «unødvendig», «falskt» og «overfladisk». Dette utdyper hun med at det er fordi det bare er en handling Instagrambrukerne gjør og at det ikke ligger noe i det. Selv om de fire andre jentene syns det er viktig å få «likes» forteller de at folk bare «liker» bilder på automatikk, og at dette ikke er en gjennomtenkt handling. Jentene snakker også om det å få lite «likes» og de kommer med utsagn som at de blir: «veldig usikker», «påvirker det du legger ut», «blir lei seg», «taper», «dårlig følelse», «skuffa», «nedfor», «vanskeligheter med å få venner», «dårligere selvtillit» og «ikke populær». Ada forteller:

Ada: Altså man tenker jo over det (...) Det er jo det sosiale medier har blitt til, at man skal legge ut for at andre skal se det. Så hvis man ikke får nok respons, så blir man jo litt skuffa. Så hvis man ikke får nok likes, så vil jo alle sitte og tenke litt sånn ... å jaja ... Okay ... Var det ikke fint nok ellers så bryr man seg veldig mye om ... eller man vil at andre skal se at du har mange likes, så det blir jo litt sånn at man tenker over det ... man vil jo gjerne ha mange likes på bildene sine.

4.6 Drøfting av forskningsspørsmål 3 i lys av teori

Vi vil i det følgende rette blikket mot å belyse hvordan våre informaners selvoppfatning kan bli påvirket både positivt og negativt i interaksjonen på Instagram. Slik det fremkommer i teorien konstrueres selvet og selvoppfatningen i et sosialt samspill og i interaksjon med andre. For å kunne si noe om hvordan interaksjonen på Instagram påvirker jentenes selvoppfatning ønsker vi her å se dette i lys av hvordan speilinger fra signifikante og generaliserte andre, samt hvordan *jentene definere situasjon* kan være med på å påvirke deres selvoppfatning. Ut fra funnene i undersøkelsen forstår vi det som at det er andres selvframstillinger og tilbakemeldinger i form av «likes» som påvirker våre informanter mest både når det kommer til jentenes selvoppfatning og hvordan de handler. Temaene vi her ønsker å ta for oss er: «Å se hva andre gjør», «Kropp, utseende og sammenligning» og «Likes». Disse temaene er valgt på bakgrunn av at dette var temaer som informantene snakket gjentagende og utdypende om. Vi ser derfor disse temaene som viktige for å kunne belyse problemstillingen. Hovedfokuset i drøftingen vil ligge på jevnaldrende og ikke på kjendiser, siden jentene snakket mest om og var mest opptatt av, jevnaldrende.

4.6.1 Å se hva andre gjør

I NOVA-rapporten (Bakken, 2017) kommer det frem at unges samhandling på sosiale medier ofte er knyttet til å dele opplysninger om sine liv, se hva andre gjør og hvem de er sammen med. Vennskap og tilhørighet er, som nevnt, viktig i denne alderen og den unge ønsker gjerne å være en del av dette fellesskapet (Erikson, 1968; Kvalem & Wichstrøm, 2007). Ved å være på Instagram og ved å se hva andre gjør, kan dette som nevnt i forskningsspørsmål 1 dekke behovet de unge jentene har for å føle seg som en del av jevnaldringsfellesskapet. Slik det ble belyst i forskningsspørsmål 2 kan dette blant annet være en av grunnene til at selvframstillingene til jentene og deres jevnaldrende på Instagram ofte er knyttet til å

fremstille seg selv som sosial. Å fremstå som sosiale ser dermed ut til å være en vanlig og en viktig del av unge jenters selvpresentasjon på Instagram.

Slik det fremkommer i funnene kan det se ut som jentene kan bli positivt påvirket av å se hva andre gjør. De sier blant annet at de synes «det er gøy» å se hva andre gjør på Instagram og de nevner at det «øker kreativiteten». Slik det som nevnt fremkommer i funnene, knyttet til forskningsspørsmål 1, kan Instagram dekke behovet jentene har for å føle seg som en del av jevnaldringsfellesskapet, vise tilhørighet og holde seg oppdatert på hva som skjer i ungdomskulturen. Dette gjør kanskje at jentene opplever at de er inkludert, akseptert og føler samhørighet til jevnaldringsfellesskapet (Aalen, 2015). Ut fra dette kan det se ut som jentene tolker situasjonen som positiv. Fordi vennskap og tilhørighet er viktig for unge kan det videre tolkes som interaksjon på Instagram kan gi jentene en positiv opplevelse av seg selv, og på den måten påvirke selvoppfatningen positivt. Eva uttrykker at kreativiteten øker når hun ser hva andre gjør. Slik vi forstår Eva kan kreativiteten henge sammen med at hun blir inspirert av å se hva andre gjør, da hun blant annet uttrykker at hun får lyst til å gjøre noe lignende eller kanskje noe annet. Ut fra dette kan det se ut som Eva tolker og definere andres speilinger og bilder som positive i denne konteksten. Dermed vil påvirkningen trolig være positiv for hennes selvoppfatning (Blumer, 1969).

Slik det fremkommer i funnene kan det på den annen siden virke som noen av informantene blir negativt påvirket av å se hva andre gjør på Instagram. Jentene kommer med utsagn som «blir sjalu» og «fikk dårligere selvtillit». Slik vi ser det kan dette henge sammen med at interaksjonen på Instagram stor sett er knyttet til bilder. Bildene kan gjøre det veldig synlig for jentene når de ikke var tilstede i de sosiale settingene, samt at det kan bli synlig for andre hvem som var der og ikke. Dette kan blant annet føre til at jentene ikke føler seg inkludert og dermed opplever at de ikke er en del av jevnaldringsfellesskapet. I lys av Mead (1934) kan dette tolkes slik at når jentene kontinuerlige ser bilder av andres sosiale liv vil dette oppfattes som speilinger fra andre. Gjennom disse speilingene får jentene tilbakemeldinger fra andre, som ut fra funnene omhandler at de skal være sosiale, ha mange venner og ha det gøy. Dette kan forklare hvorfor tre av informantene opplever å bli «sjalu» når de eksempelvis ser bilder av andre på fest, hvor de selv ikke var tilstede. Marit forteller at hun «fikk dårligere selvtillit» av å se hva andre gjør og hvordan andre fremstilte sitt sosiale liv på Instagram. I tillegg uttrykker Marit at dette var mye av grunnen for at hun slettet Instagram.

Selv om jentene, ut fra disse funnene, ikke eksplisitt uttrykker at interaksjonen på Instagram påvirker deres selvoppfatning positivt eller negativt kan det ut fra utsagnene «det er gøy», «øker kreativiteten», «blir sjalu» og «fikk dårligere selvtillit» forstås å være opplevelser som kan påvirke selvet. Dette kan henge sammen med at selvet, ut fra Mead (1934) sin teori, skapes i sosial interaksjon, og at speilingene jentene får fra andre på Instagram kan fremstå som signifikante for hvordan de oppfatter seg selv. Slik det fremkommer i teorien er selvet nært knyttet til selvoppfatningen, altså her forstått som den oppfattelsen individet har av seg selv (Berg, 2005; Skaalvik & Skaalvik, 2013).

Interaksjonen på Instagram foregår som nevnt tidligere over skjerm. På den ene siden er jentene sosiale selv om de ikke befinner seg i samme rom som personen de er i interaksjon med. På den andre siden kan de føle at de er alene fordi det ikke er noen andre fysisk tilstede, de ser bare andres bilder på Instagram. De er alene sammen (Turkle, 2011). Overgangen mellom å være alene og sammen med andre kan derfor oppfattes som noe flytende. Sagt med andre ord kan det være krevende for jentene å skille mellom når de er «offline» og «online» (Bauman, 2001). Når jentene sitter fysisk alene og ser andre jevnaldrenes bilder på Instagram, som viser at de er sosiale med gode venner og har det gøy, kan dette gjøre at jentene som sitter alene opplever speilingene på seg selv som negativ fordi de selv sitter alene mens andre har det gøy sammen med venner. Dette kan igjen føre til at jentene får negative opplevelser av seg selv, fordi de tolker og definerer andres situasjon som bedre enn sin egen eller tolker det som at de ikke er en del av fellesskapet. Dette kan trolig føre til at jentene opplever utilstrekkelighet og fravær av mestring i situasjonen fordi de kan oppleve at de ikke er sosiale nok. Slik det fremkommer i teorien er det en sammenheng mellom mestring og selvoppfatning (Lillemyr, 2007). Jentene sier selv at de kan bli «sjalu» og «få dårlig selvtillit». Ut fra disse funnene kan det dermed tolkes slik at andres presentasjoner av sine sosiale liv på Instagram kan påvirke jentenes selvoppfatning negativt. Slik det fremkommer i funnene slette Marit Instagram appen fra telefonene sin fordi hun merket at hun fikk dårligere selvtillit av å se hva andre gjorde. Ut fra dette kan det tolkes som at Marit var bevisst på at det var andres selvframstillinger som påvirket selvtilliten hennes, og derfor tok et valg om å slette appen slik at hun ikke lenger hadde mulighet til å se andres presentasjon av sine sosiale liv. Dette kan gi indikasjoner om at interaksjonen på Instagram påvirket Marits selvoppfatning negativt. Marits valg kan på denne måten sees i sammenheng med Frønes (2013) som uttrykker at identitetsutviklingene for unge handler mye om å lære å navigere. Slik vi forstår Marit kan det dermed forstås som at dette ble hennes måte å navigere på i

ungdomstiden da hun merket at andres selvframstillinger påvirket selvoppfatningen hennes negativt.

4.6.2 Kropp, utseende og sammenligning

Under forrige forskningsspørsmål kommer det tydelig frem at det er mye fokus på kropp og utseende på Instagram. Selvpresentasjonene ser ut til å være preget av at folk viser seg fra sin beste side, og ønsker å fremstå som perfekte. Dette kan, som tidligere nevnt, sees i sammenheng med at bildene som legges ut på Instagram ofte er selektive der brukerne blant annet skjuler det de er mindre fornøyd med og heller fremhever de positive kvalitetene (Toma & Carlson, 2015). Ut fra funnene kan det se ut som andres selvpresentasjoner skaper mye av presset på kropp og utseende på Instagram. Tre av informantene uttrykker at presset primært er knyttet til sammenligningen med jevnaldrende og ikke med kjendiser. I tråd med våre funn påpeker Kvaalem og Wichstrøm (2007) at utseende er viktige sammenligningsområder i denne alderen, dette kan henge sammen med at unge i større grad retter blikket utover mot andre samtidig som selv fokuset øker. At jentene sammenligner seg med andre kan derfor fremstå som normalt for denne aldersgruppen. De ønsker å være en del av fellesskapet, bli akseptert og mange ønsker ikke å skille seg ut.

Slik det fremkommer i funnene uttrykker tre av jentene at sammenligningen med jevnaldrende kan få dem til å føle at de ikke er bra nok og kommer med utsagn som «hvorfor ser ikke jeg sånn ut» og «føler at man ikke ser like bra ut». De tre jentene forteller i tillegg at sammenligningen skaper «press» som fører til at de får «dårligere selvtillit og selv bilde». Disse funnene samsvarer dermed med forskning som viser at det er en sammenheng mellom eksponering av vellykkede kropper og opplevelsen av å være elendig (Jacobsen, 2011), samt at unge jenter har en tendens til å sammenligne kropp og utseende på nettet, noe som gjør at de får dårligere selv bilde (Fardouly et al., 2014). Videre samsvarer dette med forskning som viser at jenter som bruker mye tid på å se på bilder av venner, blir mer usikre på sitt eget utseende (Eckler et al., 2016).

Hvorfor jentene opplever at sammenligningen, knyttet til kropp og utseende, gir dem dårligere selvtillit og selv bilde kan forstås i lys av Higgins (1987) reelt og ideelt selv. For jentene er kroppen et observerbart ytre og dermed et kommunikasjonsverktøy, samt en viktig del av jentenes opplevelse av seg selv (Kvaalem & Wichstrøm, 2007). Kroppen er i denne perioden

ifølge Kavlem (2007) knyttet til økt misnøye. Kroppen har forandret seg mye og det kan føre til større avstand mellom generaliserte kroppsidealet og egen kropp. Ut fra jentenes uttalelser kan det tolkes som at jentenes reelle selv er knyttet til en følelse av å ikke være bra nok sammenlignet med andre. Dette kommer blant annet til uttrykk ved at Eva forteller at hun føler at hun ikke er like god som andre og at hun til slutt bare gir opp og får et dårligere bilde av seg selv når hun merker at hun ikke klarer de tingene andre kan. Deretter forteller Eva at dette gjør at hun kan begynne å se litt ned på deg selv fordi hun føler at hun ikke er på samme nivå som de andre.

Ut fra uttalelsen kan det tolkes som det ideelle selvet er andre jevnaldrendes selvpresentasjoner. Eva har eksempelvis et ønske om å se ut som andre. Dette samsvarer med funnene i forskningsspørsmål 2 der det kommer frem at flere av jentene har like selvfremstillinger fordi de ønske å se ut som sine jevnaldrende. Til tross for dette kan det likevel forstås som at jentene opplever et fravær av mestring da de vurderer og tolker seg selv som dårligere enn andre selv om de forsøker å ha en lik selvfremstilling. I tråd med dette påpeker Kavlem (2007) at det kan skape misnøye rundt egen kropp hvis den unge internaliserer kroppsidealer og gjør det ideelle til sitt. Det kan dermed se ut som flere av jentene evaluerer utseende sitt negativt når de sammenligner seg med andre, noe som kan ha stor negativ innflytelse på deres selvpoppfatning. Dette kan henge sammen med at identitetsutviklingen er sterkt knyttet til å innfri koder for kropp og utseende hos unge (Kavlem & Wichstrøm, 2007). Hvis de likevel greier å fremstille seg selv og spille rollen slik de ønsker, og opplever mestring gjennom gode tilbakemeldinger kan dette på den andre side påvirke selvpoppfatningen og deres psykiske helse positivt (Berg, 2005; Goffman, 1992; Lillemyr, 2007).

Det kan, ut fra det vi nå har drøftet, se ut som flere av jentene får dårligere selv bilde av å se andres selvfremstillinger. Samtidig kan det virke som om flere av informantene har ganske like selvfremstillinger som sine jevnaldrende. Ut fra funnene i forskningsspørsmål 2 kan det se ut som jentene er bevisste på sin egen selvfremstilling og ønsker å fremstille en forbedret utgave av seg selv. Det kan tolkes som at den forbedrende utgaven jentene viser av seg selv når de er «online» på Instagram er et ideelt selv. Mens det reelle selvet er det som er «offline». Videre forstår vi dette som at det er et stort gap mellom jentenes ideelle selv når de er «online», og det reelle selvet når de er «offline». Dette kommer blant annet frem under forskningsspørsmål 2 der Ada forteller at hun kan se ut som «et troll» «offline», men likevel

«ta et fint bilde» som legges ut på Instagram. Forskjellene i selvframstillingene og rollene «offline» og «online» kan påvirke jentenes opplevelse av seg selv, da de «vet» at det er et forbedret inntrykk de gir, noe som antagelig vil føre til at de opplever utilstrekkelighet og stress fordi de ikke greier å leve opp til sitt ideelle selv i det virkelige liv. På den måten kan de få en ustabil oppfatning av seg selv da de ikke tenker at de er gode nok som de er (Higgins, 1987). Ut fra dette kan det se ut som jentene i sin interaksjon påvirker sin egen selvoppfatning negativt ved å vise idealiserte bilder av seg selv. Hvis jentene ikke greier å utvikle et realistisk bilde av seg selv kan dette også påvirke den unges psykisk helse negativt (Berg, 2005). På den andre siden viser forskning at den muligheten som ligger i å idealisere sin selvframstilling kan påvirke jentene positivt (RSPH, 2017).

Overgangen mellom det ideelle selvet «online» og det reelle selvet «online» kan også oppfattes mer flytende fordi Instagram er et interaktivt medium, og som det kommer frem under drøftingen av forskningsspørsmål 2 kan det bli vanskelig for jentene å skille når de er «online» eller på scenen og «offline» på scenen. Dette kan kanskje gjør at det kan bli krevende for jentene å få en klar oppfatning av seg selv fordi de spiller ulike roller og har ulike identiteter på scenen «online» og på scenen «offline» (Bauman, 2001; Goffman, 1992). I den postmoderne og flytende verden er ikke identitet noe individet får eller overtar, men noe som er individuelt og må skapes og konstrueres flere ganger. Dette kan bli et blodtørstig begjær etter det perfekte (Bauman, 2001; Berg, 2005;). Vi forstå det slik at dette kan gjøre konstruksjonen av egen selvoppfatning mer komplisert og vanskelig fordi samfunnet og kulturen krever individualisering, perfektion og stor tilpassing av roller. Dette kan sees i sammenheng med Berg (2005) som påpeker at utfordringer knyttet til identitet er viktig for å forstå de unges psykiske vansker.

I metodedelen nevnte vi at jentene generelt snakker mye i flertallsform når de snakket om Instagram, gjennom eksempelvis å bruke ord som «vi» og «jenter på vår alder». Vi tolker det som at denne måten å ordlegge seg på kan si noe om deres selvoppfatning. Erikson (1968) hevder at pubertetsvennskapet først og fremst er knyttet til identitet, og at ungdomsvennskapet handler om å knytte nære relasjoner. Da jentene snakker i flertallsform kan dette gi en indikasjon om at de knytter vennskap til identitet. Identitet kan på den måten si noe om den tilknytningen de har. Vennskapet og identitet kan også si noe om hvem jentene er eller hvem de ønsker å være. Selvoppfatningen deres er derfor trolig sterkt knyttet til andre venner og deres selvframstillinger. Under forskningsspørsmål 2 kom dette også frem

gjennom at flere av jentene bruker tid på å «stalke» hverandre på Instagram og gjennom at selvfrestillingene fremstår som like. Dette kan henge sammen med at de sammenligner seg med andres selvpresentasjon og at disse kan sette en generalisert og idealisert standard for hvordan unge jenter eller «vi» bør fremstille seg på Instagram (Higgins, 1987; Mead, 1976). I følge Mead (1934) utvikler mennesket seg gjennom interaksjon med andre. Selvet og selvoppfatning er ikke noe individet er født med, men noe som formes og konstruerer i dette samspillet. I funnene kommer det frem at jentene stadig er i interaksjon med hverandre og at andre jevnaldrende sine selvfrestillinger fremstår som signifikante. Med bakgrunn i denne teorien vil jentene påvirke hverandres selvfrestillinger og selvoppfatning gjennom interaksjonen på Instagram. Vi forstår derfor denne interaksjonsprosessen som sirkulær.

I selvfrestillingene jentene blir eksponert for ser det ut som det er mye fokus på kropp og utseende. Speilingene jentene får fra andre signifikante jevnaldrende sine kropps- og utseende fokuserte selvfrestillinger vil ut fra teorien påvirke jentenes egne selvfrestillinger og selvoppfatning. I lys av speilingsteorien kan det derfor se ut som flere av jentene speiler seg i andres «perfekte» utseende på Instagram, og måten jentene tolker og definerer denne speilingen på fører til at de ikke føler seg like fine og pene som andre (Blumer, 1969; Levin og Trost, 1996; Mead, 1934). Dette kommer, som nevnt tidligere, frem gjennom utsagn som eksempelvis «føler at man ikke ser like bra ut». Selvoppfatningen til jentene vil på den måten alltid involvere en del av en annen fordi selvet ikke kan danne seg noen opplevelse av seg selv kun av seg selv. Individet observerer med andre ord ikke seg selv direkte, det er de andres reksjoner eller speilinger på seg selv individet observerer (Mead, 1976). Forenklet sagt oppfatter ikke jentene seg selv direkte, men gjennom andres selvfrestillinger. Av den grunn vil andres selvfrestillinger trolig være med å påvirke selvoppfatningen deres. Ut fra dette kan det videre forstås som at interaksjon kan påvirke jentene mentalt (Bø, 2005). Dette kan henge sammen med at andres selvfrestillinger kan fremstå som «generaliserte andre». I følge Mead (1976) er det «den generaliserte andre» som hjelper individet med å skape seg selv. Selvet og selvoppfatningen oppstår fordi individet tar de andres perspektiv på seg selv. Altså i denne sammenheng hvordan samfunnet eller kulturen forventer at en selvfrestilling skal være på Instagram. Jentene blir som nevnt påvirket av andres selvfrestillinger, og denne påvirkningen kan forme selvoppfatningen. Jentenes selvoppfatning blir på den måten konstruert i samspill med kulturen og samfunnets forventninger (Mead, 1974; Rye, 2013).

Selv om individet ikke oppfatter seg selv direkte, forstår vi Mead (1934) slik at individet heller ikke er passivt, men selv en aktør i eget liv (Bø, 2005). Individet lar seg derfor ikke passivt påvirke av andres reksjoner og speilinger. Det er hele tiden en dialog mellom «I» og «Me» slik at jentene må ta egne avveininger. Samfunnet er heller ikke homogent og ifølge Lock og Strong (2014) kan ulike mennesker forholde seg til forskjellige «generaliserte andre». Dette kan videre knyttes til det Kvalem og Wichstrøm (2007) som påpeker at tidligere erfaringer og modningsnivå vil påvirke hvor mye ungdom vil la seg påvirke av andre. Den oppfatningen jentene har av seg selv fra før vil dermed være en viktig faktor for hvordan de tolker andres bilder, speilinger og generaliserte figurer, og hvordan dette igjen kan påvirker deres selvoppfatning og psykiske helse. Jentene har derfor mulighet til å definere situasjonen selv (Levin og & Trost, 1996). Interaksjonen jentene har med andre på Instagram vil derfor være avhengig av hvordan jentene definerer situasjonene, hvilke generaliserte eller universelle roller de har internalisert og hvordan de oppfatter seg selv. Jentene er derfor aktive tolkere av jevnaldrendes og kjendisers bilder (speilinger). Berit uttrykker «det er ikke andre som lager presset men man lager presset selv». I tråd med dette utsagnet kan det overnevnte forstås som at jentene egentlig skaper sitt eget press på utseende, og at det selvskapte presset påvirker selvoppfatningen deres negativt. Dette kan henge sammen med at de tolker seg selv som mindre pene sammenlignet med andre og fordi jentene tolker og definerer andres utseende som perfekte når de sammenligner seg. Hvis speilingen de har fått fra andre ikke har vært konsistente kan dette også føre til at de har en mer ustabil og uklar oppfatning av seg selv slik at de lettere blir påvirket (Higgins, 1987; Mead, 1976). De kan eksempelvis ha vansker med å avgrense seg og dermed finne identifikasjonsfigurer det er umulig å nå opp til (Erikson, 1968). På den måten blir det ikke samsvar mellom det reelle og ideelle selvet (Higgins, 1987).

På den andre siden vil de bli mindre påvirket av presset og andres selvframstillinger hvis de har en stabil og klar oppfattelse av seg selv. Da vil de kanskje greie å bruke Instagram på en mer positiv måte. Det kan se ut som Lise bruker Instagram på en slik måte. Hun skiller seg dermed litt ut sammenlignet med de andre jentene fordi de andre jentene blir mer negativt påvirket av å se andres kropp og utseende. Lise har derimot funnet egne rollefigurer og sier selv at hun blir «inspirert av litt annerledes modeller». Videre sier hun at hun legger ut bilder som gir et positivt bilde av henne selv for seg selv. Selvframstillingen hennes kan derfor oppfattes som mer fri og selvstendig. Det kan se ut som hun i større grad tar kontroll over situasjonen og ikke lar den definere henne. Hun finner selv det vi tolker som sunne

rollemodeller og velger det som gjør henne godt. Hun sier selv at hun har lært seg å ignorere og at hun ikke er «opptatt av hvordan andre folk ser ut». Dette kan henge sammen med at hun tolker og defineres situasjonen annerledes (Blumer, 1969), og trolig har med seg andre verdier og holdninger fra før. Dette kan styrke henne og gjør henne selvstendig i sin tenkning. Hun tar ikke passivt imot speilinger fra et generalisert kroppsideal. Hun finner kanskje ikke mening i speilingene hun får på Instagram fra disse generaliserte rollen, men velger selv rollefigurer. Det kan se ut som om Lise aktivt velger hvem sine blikk, perspektiv eller speiling som skal definere og påvirke hennes selvoppfatning (Mead, 1976). Hun er kanskje bevisst på hvilke speilinger hun ønsker, og av den grunn oppsøker hun det som gjør henne bra, slik som for eksempel «litt annerledes modeller» som inspirerer henne. På den måten kan det se ut som Lise er bedre rustet til å møte presset på Instagram. Videre kan det forstås som at hun greier å navigere inn i ungdomstiden på en god måte og dette vil trolig spille positivt inn på hennes selvoppfatning og psykiske helse (Berg, 2005; Frønes, 2013).

Ser vi på det overnevnte handler mye av dette om sammenligning med jevnaldrende, men også om sammenligning med generaliserte roller og figurer. Funnene viser også at Ada trolig sammenligner seg med kjendiser. Hun uttrykket «man vil se ut som kjendisene, man vil gjøre som dem» og at dette gjør at hun får «dårligere selvtillit». Dette utsagnet er et tydelig eksempel på at kjendiser kan være signifikante nok til å kunne påvirke unge jenter. Under forrige forskningsspørsmål drøftet vi om presset jentene kjenner knyttet til kropp og utseende henger sammen med generaliserte kjendisrollene. Mange av kjendisene fremstiller seg selv som mer eller mindre perfekte og det er generelt mye fokus på kropp og utseende. Mange av disse kjendisene kan representere en idealisert selvframstilling. Kvalem (2007) skriver at hvis den unge internaliserer dette kroppsidealet og gjør det til sitt kan dette skape økt misnøye rundt egen kropp. Hvordan individet ser på egen kropp er nært knyttet til individets selvoppfatning (Duesund, 1995). Hvis det kjendisene representerer fremstår som den «generaliserte andre» kan jentene også indirekte la seg påvirke av kjendiser fordi de lar seg påvirke av samfunnets idealiserte kroppsbilde. De kan eksempelvis prøve å lage like perfekte selvframstillinger som kjendisene. Under forskningsspørsmål 2 kom det blant annet frem at hvis kjendiser legger ut bikinibilder kan dette inspirere følgere til å gjøre det samme noe som igjen kan gjøre at deres følgere igjen gjør det samme. Ut fra dette er det mulig å si at selv om noen av jentene ikke sier at de lar seg påvirke av kjendiser kan de likevel la seg påvirke ubevisst fordi de lar seg styre av normene på Instagram og i samfunnet. Dette kommer også frem i drøftinger over at flere av jentene lar seg påvirke av generaliserte selvframstillinger

med perfekte liv og pene kroppar. Dette kan indirekte være etterligninger av kjendiser sine selvframstillinger. Hvordan jentene tar imot og tolker disse speilingene i interaksjonen vil kunne være med å påvirke deres selvoppfatning (Blumer, 1969; Mead, 1976). Ut fra funnene kan det se ut som fire av jentene lar disse speilingene påvirke dem i negativ retning, eksempelvis gjennom at de sier at de får dårlig «selvtillit» og «selvbilde», eller som Eva sier, «at du begynner å se litt ned på deg selv ... at man føler at man ikke er på det samme nivået da, som de andre».

4.6.3 «Likes»

På Instagram har følgerene mulighet til å gi direkte tilbakemeldinger på bildene i form av «likes» og kommentarer, der «likes» blant annet skal fungere som et kompliment og anerkjennelse (Wendt, 2014). Under forskningsspørsmål 2 kom det frem at antallet «likes» kan være en viktig del av jentenes selvframstilling. Da dette blant annet kan si noe om hvor populær du er, statusen din i vennegjengen, hvor mange venner du har og om du er en betydningsfull person. I tillegg uttrykker Ada at «du vil jo ha en bekreftelse på at du ser bra ut». Ut fra dette kan det tolkes som at jentene opplever at «likes» ikke bare er en tilbakemelding på ett bilde, men en direkte tilbakemelding på dem selv. På den måten vil «likes» ikke bare si noe om jentene på Instagram, men også i «det virkelige liv».

Instagram kan sees på som en viktig samhandlingsarena og en viktig arena for jevnaldningsfellesskapet. Det kan dermed forstås som at jentene frivillig går ut på den «røde løperen» på Instagram, og i motsetning til interaksjon i «det virkelige liv» får jentene «likes» eller i overført betydning terningkast på seg selv. Både av kjente og ukjente følgere. Aalen (2015) påpeker at det å eksponere seg selv kan påvirke individets oppfattelse av seg selv, og som det kommer frem i teorikapittelet formes vår selvoppfatning blant annet på bakgrunn av andres tilbakemeldinger eller speilinger. Altså i sosial interaksjon med andre. Ut fra dette kan «likes» blir signifikante formgivere for jentenes selvoppfatning. Når jentene speiler seg i «likes», vurderer jentene det de gjør og verdien av seg selv, ut i fra de andres tilbakemeldinger (Bø, 2005; Mead, 1934; Rye, 2013).

Funnene viser at «likes» kan virke positivt inn på informantene. Fire av jentene uttrykker blant annet at «likes» er en «bekreftelse». Ut fra funnene ser det ut som bekreftelsen er knyttet til mengden «likes», og i den sammenheng kommer jentene med utsagn som «du blir

sett», «forstått», «at man blir glad», «oppmerksomhet», «folk bryr seg», «støtte», «bli lagt merke til», «lykkes», «kul», «god følelse», «viktig», «bedre selvtillit», «vil legge ut flere bilder», «bedre humør» og «mange venner». Som påpekt av Aalen (2015) har mennesker et grunnleggende behov for å føle seg inkludert og akseptert, mange «likes» kan derfor oppfattes som positive speilinger og bekreftelser fra andre som igjen kan gjøre at jentene føler seg sett og akseptert, noe som kan påvirke deres selvoppfatning i positiv retning. Dette handler om at «likes» kan fungere som en signifikant styringsfaktor og en direkte tilbakemelding, og som påpekt av Kvaalem (2007) vil tilbakemeldingen den unge får av andre på egen kropp spille sterkt inn på selvoppfatningen. I motsatt tilfelle kan få «likes» påvirke jentene negativt, og i den sammenheng kommer fire av jentene med utsagn som «veldig usikker», «påvirker det du legger ut», «blir lei seg», «taper», «dårlig følelse», «skuffa», «nedfor», «vanskeligheter med å få venner», «dårligere selvtillit» og «ikke populær». Her kommer det tydelig frem at «likes» kan oppfattes som en signifikant styringsfaktor for hvordan jentene har det med seg selv. Disse utsagnene kan fortelle noe om hvordan de velger å tolke speilinger de får fra andre eller hvordan de velger å definere situasjonen (Blumer, 1969; Levin & Trost, 1996). De får ikke den bekreftelsen de ønsker og søker, men de kan som Eva sier «sitter igjen med den følelsen at folk ikke setter pris på det du har å gi». «Likes» kan fremstå som et tydelig eksempel på at selvet og selvoppfatningen ikke utvikles i et vakuum, men i den sosiale samhandling med andre. Her vil andres tilbakemeldinger i form av «likes» påvirke hvordan jentene oppfatter deg selv både positivt og negativt (Imsen; 2014; Mead, 1934).

På den andre siden, kommer det frem under forskningsspørsmål 2, at jentene sier at «likes» «egentlig» ikke betyr noe. Det kan virke som jentene har et litt ambivalent forhold til «likes» og at «likes» på den ene siden er signifikant og påvirker dem, men at det på den andre siden ikke betyr noe. Knytter vi dette opp mot Meads (1976) forståelse av selvets kan det virke som dette er et eksempel på dialogen og samarbeidet mellom I og Me (Lund, 2012; Rye, 2013). Slik vi forstår I og Me har de ulike oppgaver i selvet. I denne sammenheng kan det se ut som det er vanskeligheter i samarbeidet mellom de to, noe som kan tolkes som at oppfattelsen av «likes» kan bli uklar. På den ene siden står holdningene og på den andre siden den sosiale delen av selvet. Dette kan, slik vi forstår det, gjøre det vanskelig for jentene å forstå hvordan de skal tolke «likes» og hvordan de skal se på seg selv knyttet til dette. For «Me» kan det bli vanskelig å korrigere selvoppfatningen fordi de sosiale normene gir ulike signaler ut fra hvilken scene jentene står på. Det kan se ut som «likes» påvirker hvordan fire av jentene

oppfatter seg selv fordi de speilingene og tilbakemeldingene de får på Instagram fremstår ut fra det overnevnte som signifikante for disse jentene. Det kan se ut som Lise har en litt annen innfallsvinkel til «likes» og at det derfor fremstår som mindre betydningsfullt. Hun gir blant annet uttrykk for at «likes» er «litt løgn» og at det er «unødvendig», «falskt» og «overflatisk», dette utdyper hun med å fortelle at det bare er en handling Instagrambrukerne gjør og at det ikke ligger noe i det. Det kan se ut som det ikke er den samme dialogen mellom I og Me hos Lise. Dialogen er kanskje i større grad avsluttet på dette området mellom «I» og «Me». «I» og «Me» hos Lise har trolig tatt et standpunkt om at «likes» ikke er betydningsfullt, men bare «hyggelig og «kult» som Lise sier. Mead (1976) påpeker at selvet utvikler seg i en sosial prosess og i dialog mellom de to nivåene. Selvet til Lise har derfor trolig kommet lenger i den sosiale modningsprosessen unge går igjennom (Erikson, 1968).

4.7 Oppsummering av de viktigste funnene

Hovedproblemstillingen i denne oppgaven er: *Hvordan opplever unge jenter at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning?* For å besvare problemstillingen har vi utarbeidet tre forskningsspørsmål:

- 1) *Hvilken relasjon har unge jenter til Instagram?*
- 2) *Hvordan blir jentenes selvframstilling påvirket av andres selvframstillinger?*
- 3) *Hvordan påvirker andres selvframstillinger og «likes» unge jenters selvoppfatning?*

For å besvare forskningsspørsmålene og problemstillingen anvendte vi en kvalitativ tilnærming med forskningsintervju som metode. Til sammen intervjuet vi fem jenter som går første året på videregående skole i Oslo og omegn. I møte med datamaterialet anvende vi en hermeneutisk analyse.

Under funnene i forskningsspørsmål 1 kommer det frem at våre informanter er som de fleste andre jenter når det gjelder bruk av sosiale medier, da jentenes mediebruk samsvarer både med tall fra Medietilsynet (2016) og Ungdata (2018). I samsvar med forskning viste også våre funn at interaksjonen på Instagram handler om å se å dele opplysningen om sine liv, se hva andre gjør og hvem de er sammen med (Bakken, 2017). Det kan derfor se ut som Instagram er en sentral del av deres hverdag da bruken blant annet kan dekke behov som «informasjon», «fellesskap og sosial interaksjon», «personlig identitet», samt «underholdning

og tidsfordriv» (Aalen, 2015). Alle jentene fikk en konto på Instagram da de var 13 år, det kan derfor se ut som at Instagram har vært en viktig arena å komme seg inn på for jentene. Det kan videre se ut som interaksjonen med jevnaldrende og kjendiser er den mest betydningsfull og den som påvirker mest. Ut fra dette er det ikke Instagram i seg selv som er den «signifikante andre», men det er interaksjonene jentene har på Instagram som er signifikante.

Funnene fra forskningsspørsmål 2 viser at jentenes selvpresentasjon blir påvirket av andres selvfremstillinger. Dette kommer blant annet frem ved at jentene legger ut tilsvarende bilder som andre Instagram brukere. Våre funn samsvarer videre med tidligere forskning som viser at brukerne ønsker å fremstå som attraktive på sosiale medier (Brandes & Levin, 2014; Fardouly & Vartanian, 2016). Ut fra dette kan det se ut som det finnes normer og press på å fremstille et idealisert bilde av seg selv, samt stort fokus på kropp og utseende. Funnene viser at dette kan påvirke hvordan våre informanter presenterer seg selv på Instagram. Videre ser det ut som sammenligningen med jevnaldrende er den mest signifikante styringsfaktoren for hvordan jentene fremstiller seg selv på Instagram. Selv om fire av våre informanter uttrykker at de ikke blir påvirket av kjendiser kan det likevel se ut som kjendisene indirekte kan ha en signifikant og generalisert påvirkningskraft på jenters selvfremstilling på Instagram. Kjendiser kan på den måten fremstå som «signifikante andre» og «generaliserte andre» (Frønes, 2011; Mead, 1976). Vi ser imidlertid at Lise ikke blir påvirket av andres selvfremstillinger på samme måte som de andre informantene. Dette kommer blant annet til syne gjennom at andres selvfremstillinger ikke påvirker hennes selvfremstilling på samme måte som hos de andre. Vi tolker dette som at hun har funnet rollemodeller på Instagram som kan være positive for henne, og at bildene hun legger ut først og fremst er lagt ut for henne selv. Videre kan det virke som jentene er bevisste på når de er av og på scenen, men samtidig er det flere av dem som uttrykker en redsel knyttet til å miste kontrollen over egen selvpresentasjon. Dette kan henge sammen med at overgangene mellom «offline» og «online» kan oppleves og være noe flytende (Bauman, 2001; Goffman, 1992). Deretter kommer det frem at «likes» kan fungerer som en motivasjonsfaktor for hvordan jentene velger å fremstille seg selv på Instagram (Lillemyr, 2007). Lise skiller seg litt ut fra de andre, da hun gir oss inntrykk av at «likes» ikke er viktig, bare at det er «overfladisk» og «falskt».

Under forskningsspørsmål 3 søkte vi å belyse hvordan andres selvfremstillinger og «likes» påvirker våre informanters selvpoppfatning. Slik det fremkommer i funnene ser det ut til at

våre informanter blir mest påvirket av jevnaldrende. Funnene viser at jentene blir både positivt og negativt påvirket av å se hva andre gjøre. Den positive påvirkningen henger sammen med at jentene føler seg som en del av jevnalderfelleskapet og at det kan øke kreativiteten. Den negative påvirkningen handler om at de ikke føler seg som en del av jevnalderfelleskapet fordi de får speilinger fra andre gjennom bilder, noe som gjør at det blir veldig synlig for jentene når de ikke er inkludert. Dette kan blant annet ha ført til at noen av våre informanter får «dårligere selvtillit» og blir «sjalu». Videre kan dette være følelser som påvirker selvoppfatningen negativt. Det kommer videre frem at jentene sammenligner seg mye med jevnaldrendes selvframstillinger, og at dette skaper et stort press på kropp og utseende på Instagram. Sammenligningen med jevnaldrende gjør at de ikke følte seg bra nok som de er, da de kommer med utsagn som «dårlig selvtillit» og «selvbilde». Disse funnene samsvarer med tidligere forskning (Eckler et al., 2016; Fardouly et al., 2014; Jacobsen, 2011). Det ble deretter drøftet om jentenes uttalelser kan sees i sammenheng med et stort «gap» mellom deres reelle selv «offline» og deres ideelle selv «online». Dette kan antagelig føre til at de opplever utilstrekkelighet og stress fordi de ikke greier å leve opp til sitt ideelle selv og derfor får en ustabil selvoppfatning. I lys av speilingsteorien kan det derfor se ut til at flere av jentene speiler seg i andres «perfekte», ideelle og generaliserte utseende, og at disse speilingene fremstår som «signifikante andre». Ut fra funnene kan det se ut som måten flere av jentene tolker og definerer disse speilingen på, kan føre til at de ikke føler seg like fine og pene som andre. Hvis de opplever speilingen i interaksjonen på den måten kan dette trolig påvirke selvoppfatningen negativt (Blumer, 1969; Levin og Trost, 1996; Mead, 1934; Rye, 2013). Ut fra funnene kan det se ut som Lise ikke blir påvirket negativt i samme grad som de andre jentene. Vi drøftet om dette kan skyldes at Lise bruker Instagram på en litt annen måte enn de andre informantene der hun blant annet ikke sammenligner seg med jevnaldrende i samme grad som de andre, og har trolig heller funnet rollemodeller som inspirerer henne på en positiv måte. Dette vil da trolig gi henne positive speilinger på seg selv, noe som videre kan være med å påvirke hennes selvoppfatning og psykiske helse i positiv retning (Berg, 2005; Kvalem & Wichstrøm, 2007; Mead, 1934).

Videre fremkommer det i funnene at antallet «likes» har mye å si for flere av jentene. Dette kommer tydelig frem da de får positive opplevelser knyttet til det å få «likes», for eksempel at de «føler seg sett» og «bekreftet». På den andre siden viser funnene at få «likes» kan gi flere av jentene en rekke negative følelser da de blant annet uttrykker at de blir «skuffa» og «får dårligere selvtillit». Lise skiller seg også her litt fra de andre informantene der hun på sin

side uttrykker at «likes» er «falsk» og «overfladisk» og at det «ikke betyr noe». Det kan derfor se ut som «likes» kan påvirke informantene både positivt og negativt da andres tilbakemeldinger kan fremstå som «signifikant andre» og dermed kan påvirke selvoppfatningen i ulike retninger (Rye, 2013).

4.7.1 De generalisertes betydning for unges selvoppfatning og psykiske helse

Slik det fremkommer i funnene ser det ut som jentenes selvframstilling og selvoppfatning blir sterkt påvirket av universelle sammenligninger knyttet til «generaliserte og signifikante andre», samt ideelle roller og figurer (Bauman, 2001, Goffman, 1992, Higgens, 1987: Mead, 1934). Disse sammenligningene kan knyttes til både jevnaldrende og kjendiser. Jentene uttrykker at de blir mest påvirket av jevnaldrende. Venner er viktig for hvordan unge oppfatter seg selv og for hvordan de har det med seg selv (Berg, 2005; Erikson, 1968; Kvalem & Wichstrøm, 2007). Det kan se ut som Instagram er en viktig del av ungdomskulturen og dermed en viktig samhandlingsarena for jevnalderfelleskapet. Funnene viser også at kjendiser kan påvirke jentene både direkte og indirekte. Dette kommer kanskje best frem gjennom at selvframstillingene til flere av informantene fremstår som like og generaliserte. Det ser ut som fire av jentene er svært bevisste på å fremstille et idealisert bilde av egen kropp og utseende, samt sosiale liv. Kjendisenes framstillinger kan derfor fremstå som «generaliserte andre» som setter normer for hvordan jentene bør fremstille seg selv (Mead, 1976).

Hvordan jentene velger å kontrollere og fremstille egen kropp, utseende, samt sine sosiale liv kan si noe om hvem de ønsker å være og hvordan de ser på seg selv. Selvoppfatning og den psykiske helsen er også nært knyttet til opplevelsen av egen kropp. Selvoppfatning og psykisk helse henger sammen med både kropp og sjel (Berg, 2005; Duesund, 1995; Kvalem & Wichstrøm, 2007; WHO, 2014 & 2018). Informantene speiler seg i speilingene de får fra både kjendiser og jevnaldrende. Hvordan jentene tolker disse avhenger av tidligere speilinger, hvordan de definerer situasjonen, hvilke idealiserte og «generaliserte andre» de har internalisert og hvordan de ser på seg selv. Dette igjen vil trolig påvirke hvordan de opplever interaksjonen og hvordan interaksjonen former selvoppfatningen (Blumer, 1969; Levin & Trost, 1996; Mead, 1934 & 1976). Det kan derfor tolkes som at ikke alle i like stor grad blir påvirket av interaksjonen på Instagram.

Informantene uttaler seg både positivt og negativt om sine opplevelser knyttet til interaksjonen på Instagram. Men tar vi ett overblikk over funnene kommer det egentlig ikke så mange positive utsagn knyttet til hvorfor det er gøy å se hva andre gjør eller hvordan andre presenterer seg selv. Tvert i mot kan det heller forstås som at de kontinuerlige sammenligningene med andre kan føre til at flere av jentene får det mindre bra med seg selv, da det skaper press og misnøye rundt egen kropp, samt dårlig «selvbilde» og «selvtillit». På den andre siden kan det se ut som Lise bruker Instagram på en annen måte enn de fire andre jentene. Det ser ikke ut som hun blir negativt påvirket av interaksjonen i like stor grad som de andre, men heller kan bli positivt påvirket fordi hun bruker Instagram på en måte som gjør henne bra, samt trolig definerer situasjonen annerledes.

Ut fra funnene ser det ut som interaksjonen på Instagram påvirker flere av informantenes selvoppfatning. I denne interaksjonen fremstår andres selvframstillinger som den «signifikante og generaliserte andre». Dermed vil denne interaksjonen være en viktig kilde i utviklingen av selvoppfatningen (Imsen, 2014; Mead, 1934; Rye, 2013). Mye av denne interaksjonen er knyttet til jevnaldrende, og jevnaldrende er en viktig kilde i den unges identitetsutvikling (Erikson, 1968; Kvaem & Wichstøm, 2007). Ut fra funnene kan det se ut som mye av identitetsutviklingen er knyttet til interaksjonen på Instagram. I denne interaksjonen kan jentene blant annet se på andres selvframstillinger og konstruere et idealisert bilde av seg selv. Berg (2005) skriver at de unges psykiske helse er sterkt knyttet til identiteten, og Kvaem og Wichstrøm (2007) skriver at venner er viktig for den unges psykiske velvære. Ut fra funnene ser det også ut som Instagram er med å dekke mange behov, og jentene bruker mye av tiden der inne til å interagere med venner. Forskning viser at det kan være en sammenheng mellom flittig bruk av sosiale medier og økt risiko for depressive symptomer (Breus, 2016; Lin, et al., 2016). I følge Berg (2005) kan psykiske lidelser henge sammen med stress. Ut fra dette kan det tolkes slik at interaksjonen med jevnaldrende på Instagram øker de unges stressnivå og påvirker selvoppfatningen, og dermed kan muligheten for å utvikle psykiske lidelser øke. Forskning viser også at det kan være en sammenheng mellom mye tid på sosiale medier og dårlig kroppsbilde (Jacobsen, 2011). Duesund (1995) viser til at selvoppfatning har en kroppslig dimensjon, og at mennesker oppfatter seg selv gjennom både kropp og sinn. Derfor vil trolig kroppsbilde være med å påvirke selvoppfatningen. Slik WHO (2014) definerer psykisk helse, er den også knyttet til både kropp og sinn. Ut fra det som nå er nevnt vil trolig jentenes psykiske helse og

selvoppfatning vil bli påvirket av Instagram. Det kan derfor se ut som påvirkningen i interaksjonen på Instagram ikke kun kan knyttes til jentenes selvoppfatning, men kan videre sees som en del av deres psykiske helse. Tall fra FHI (2018) viser at det har vært en økning av psykiske lidelser blant unge jenter i aldrene 15 til 20 år de siste årene. Slik våre funn viser kan interaksjon på Instagram påvirke unge jenters selvoppfatning positivt og negativt. I likhet med hva Bufdir (2017) etterspør, kunne det vært interessant å se om økning i psykiske lidelser har en sammenheng med flittig bruk av Instagram. Ut fra dette vil det også være naturlig å stille spørsmål ved om unge jenter i denne alderen er godt nok rustet til å begi seg ut på den «røde løperen» og få «likes» på egen selvframstilling.

Utvalget i denne undersøkelsen er for lite til at det er mulig å generalisere, men funnene viser kort oppsummert at informantene uttaler seg både positivt og negativt om sine opplevelser knyttet til interaksjonen på Instagram. På en måte kan andres selvframstillinger og «likes» oppfattes som gode inspirasjonskilder og en kilde til bekreftelse, glede og underholdning, men det kommer også frem at andres selvframstillinger og det å få lite «likes» kan gi jentene dårlig «selvtillit» og «selvbilde». Ut fra disse funnene kan det se ut som jentenes selvoppfatning kan bli positivt og negativt påvirket av interaksjonen på Instagram. Dette kan bety at det er store individuelle forskjeller på hvor mye opplevelsene knyttet til interaksjon på Instagram påvirker selvoppfatningen. Videre er det vanskelig å se Instagram isolert som en påvirkningsfaktor, det er også andre opplevelser og medier som påvirker selvoppfatningen.

5 Avsluttende kommentarer

5.1 Et kritisk blikk

Vi har i denne oppgaven valgt å undersøke hvordan unge jenter opplever at interaksjon på Instagram påvirker deres selvoppfatning. Vi har som nevnt innledningsvis valgt dette temaet på bakgrunn av personlig interesse for påvirkningen Instagram kan ha på unge jenters selvoppfatning og psykiske helse, samt for å avgrense oppgavens omfang. Selv om vi valgte bort Snapchat grunnet oppgavens omfang kunne det likevel ha vært interessant og se hvordan Snapchat og andre medier påvirker unge jenters selvoppfatning. Vi håper likevel at oppgaven kan ha en overføringsverdi knyttet til andre mediers påvirkning på unge jenters selvoppfatning. Vi har blant annet valgt å belyse fenomenet igjennom symbolsk interaksjonisme (Goffman, 1992; Mead, 1934). Hadde vi valgt å anvende annen teori for eksempel sosiale sammenlikningsteori (Bø, 2005, s. 50) kunne dette gitt oss andre refleksjoner og drøftinger. Vi har som nevnt i kapitlene «Innledning» og «Teoretisk rammeverk og forskningsmessig bakgrunn», referert til forskning som stor sett er rettet mot «kroppsbilde» og andre typer medier. Vi forstår det likevel slik at denne forskningen kan ha overføringsverdi til vår undersøkelse. Det bør også nevnes at det er flere faktorer som påvirker jentenes selvoppfatning enn det det er tatt høyde for i denne oppgaven, eksempelvis individuelle og ytre faktorer. Samlet sett kan disse faktorene gjøre jentene mer sårbare for den kontinuerlige interaksjonen på Instagram.

Vi har, som nevnt, gjennom en kvalitativ tilnærming vært opptatt av å komme inn i jentenes livsverden. I forbindelse med oppgavens validitet synes vi det kan være naturlig å stille spørsmål ved hvor representative våre informanter er. Slik det fremkommer i «Presentasjon og drøfting av datamaterialet» blir våre informanters selvoppfatning påvirket ulikt av interaksjon på Instagram. Selv om utvalget er for lite til å generalisere håper vi innsikten i våre informanters opplevelser og erfaringer kan fortelle noe om populasjonen. Under punkt 3.6.1 påpekte vi imidlertid at det er leseren som avgjør i hvilken grad resultatene kan være gjeldende i ulike situasjoner. Slik det fremkommer i kapittelet «Forskningsdesign og metode» ble intervjuene lange fordi vi ikke hadde avgrenset oss til hvilke sosialt medium vi skulle belyse. Dette førte til at vi sitter på veldig mye datamaterialet som ikke blir belyst i oppgaven. Dette er ikke helt heldig, og en kritikk til vår egen undersøkelse er at vi burde tatt dette valget før vi gjennomførte intervjuene.

5.2 Spesialpedagogisk relevans og behov for videre forskning

Denne studien er, som påpekt i innledningen, gjennomført med et ønske om at pedagoger som daglig er i kontakt med ungdom, skal rette oppmerksomheten mot hvordan unge jenters selvoppfatning kan påvirkes av interaksjon på Instagram. Dette fordi selvoppfatning er en del av den psykiske helse, og god psykisk helse er en forutsetning for læring (Uthus, 2017).

Slik det fremkommer i våre funn blir fire av fem informanter påvirket negativt av interaksjonen på Instagram. Dette er blant annet knyttet til at de får en negativ opplevelse av seg selv gjennom andres speilinger av sine «perfekte liv». Ut fra dette forstår vi, i likhet med det som kommer frem i Kunnskapsløftet 2006 (Utdanningsdirektoratet, 2006) og forslag til revidert utgave (Utdanningsdirektoratet, 2017), at det er viktig at skolen jobber med hele mennesket. Blant annet gjennom at elevene bør lære å tenke kritisk, at de må lære å håndtere medgang og motgang knyttet til fysisk- og psykisk helse, mediebruk og levevaner. Den kritiske tenkningen kan blant annet være knyttet til regisserte bilder og andres «perfekte» selvframstilling. Erfaringen vi sitter igjen med etter intervjuene er også at det var fint for informantene å dele sine opplevelser knyttet til Instagram. Å lytte til de unge kan videre bli sett på som viktig forebyggende psykososialt arbeid som både lærere og spesialpedagoger kan gjennomføre. Da dette trolig kan virke forebyggende med tanke på unges psykiske helse og som Uthus (2017) påpeker øke deres læringsutbytte. Hvordan skolen jobber med at elevene skal tenke kritisk rundt sosiale medier kan videre være aktuelt for videre forskning.

Litteraturliste

- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Aalen, I. & Enli, G. (2017, 12. desember). Sosiale medier. I *Store norske leksikon*. Hentet 23. Januar 2018 fra https://snl.no/sosiale_medier
- Andenæs, A. (2000). Generalisering: Om ringvirkninger og gjenbruk av resultater fra en kvalitativ undersøkelse. I H. Haavind (Red.), *Kjønn og fortolkende metode: Metodiske muligheter i kvalitativ forskning*, s. 287-320. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Bakken, A. (2017). *Ungdata. Nasjonale resultater 2017* (NOVA Rapport 10/17). Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2017/Ungdata-2017>
- Bauman, Z. (2001). *Flytende modernitet*. Oslo: Vidarforlagets kulturbibliotek.
- Berg, B. J. N. (2005). *Elev og menneske: Psykisk helse i skolen*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press.
- Bondevik, H. & Bostad, I. (2003). *Tenkepauser: Filosofi og vitenskapsteori*. Oslo: Akribe.
- boyd, d. m. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definitions, History, and Scholarship. *Journal of Computer- Mediated Communication*, 13(1), 210-230. doi:10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- Brandes, S. B. & Levin, D. (2014). "Like My Status." *Feminist Media Studies*, 14(5), 743-758. doi:10.1080/14680777.2013.833533

- Breus, M. J. (2017, 2. februar). Tweeting, Not Sleeping? What Is Your Social Media/Sleep Balance?: HUFFPOST. Hentet 6. april fra https://www.huffingtonpost.com/dr-michael-j-breus/tweeting-not-sleeping-what-is-your-social-mediasleep-balance_b_9103468.html
- Bråten, B. (1989). G. H. Meads filosofi som grunnlag for dialogisk forståelse. I H. Thuen & Vaage, S. (Red), *Oppdragelse til det moderne: Emile Durkheim, George Herbert Mead, John Dewey, Pierre Bourdieu* (s. 95-118). Oslo: Universitetsforlaget.
- Bufdir. (2017, 12 desember). Oppvekststatus. Hentet 2. april 2017 fra https://www.bufdir.no/Statistikk_og_analyse/Oppvekst/#heading7982
- Bø, I. (2005). *Påvirkning og kontroll – om hvordan vi former hverandre*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Dalen, M. (2011). *Intervju: som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Damsgaard, H. L. (2003). *Med åpne øyne: Observasjon og tiltak i skolens arbeid med problematferd*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- De nasjonale forskningsetiske komiteene. (2009, 1. september). Barn. Hentet fra <https://www.etikkom.no/fbib/temaer/forskning-pa-bestemte-grupper/barn/>
- Duesund, L. (1995). *Kropp, kunnskap og selvoppfatning*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Eckler, P., Kalyango, Y. & Paasch, E. (2016). Facebook use and negative body image among U.S. college women. *Women Health*, 57(2), 249-267.
doi:10.1080/03630242.2016.1159268
- Eriksen, N. (2016, 15. august). Flere unge jenter med negativt selvbilde. Hentet 6. mai 2018 fra <http://www.hioa.no/Aktuelle-saker/Flere-unge-jenter-med-negativt-selvbilde>

- Erikson, E. H. (1968). *Barndommen og samfunnet*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2014). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45. Hentet fra <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J. & Vartanian, L. R. (2016). Social Media and Body Image Concerns: Current Research and Future Directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. Hentet fra <https://pdfs.semanticscholar.org/53a9/edccea05e34b0c0ed537fc126c2ec7f46d4.pdf>
- Folkehelseinstituttet. (2018). *Psykisk helse i Norge* (FHI Rapport 1/18). Hentet fra https://www.fhi.no/globalassets/dokumenterfiler/rapporter/psykisk-helse/psykisk_helse_i_norge2018.pdf
- Frønes, I. (2006). *De likeverdige: om sosialisering og de jevnaldrenes betydning* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Frønes, I. (2011). *Moderne barndom* (2. utg.). Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Frønes, I. (2013). *Å forstå sosialisering*. Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Gadamer, H.- G. (2012). *Sannhet og metode: Grunntrekk i en filosofisk hermeneutikk*. Falun: PAX Forlag.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig: En studie i hverdagslivets dramatikk*. Oslo: PAX Forlag.
- Grue, J. (2015). *Teori i praksis: Analysestrategier i akademisk arbeid*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Hartberg, S. & Hegna, K. (2014). *Hør på meg – ungdomsundersøkelsen i Stavanger 2013*

(NOVA Rapport 2/14). Hentet fra <http://www.hioa.no/Om-HiOA/Senter-for-velferds-og-arbeidslivsforskning/NOVA/Publikasjoner/Rapporter/2014/Hoer-paa-meg>

Hellevik, O. (2016). *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap* (6. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.

Higgins, E. T. (1987). Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect. *Psychological Review*, 94(3), 319-340. Hentet fra <http://persweb.wabash.edu/facstaff/hortonr/articles%20for%20class/Higgins.pdf>

Imsen, G. (2014). *Elevers verden: innføring i pedagogisk psykologi* (5. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.

Instagram. (2018a). Hva er Instagram?. Hentet 24. mars 2018 fra <https://help.instagram.com/154475974694511>

Instagram. (2018b). Personverninnstillinger og informasjon. Hentet 25. april 2018 fra [https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc_fnav&bc\[0\]=368390626577968&bc\[1\]=1757120787856285](https://help.instagram.com/196883487377501/?helpref=hc_fnav&bc[0]=368390626577968&bc[1]=1757120787856285)

Instagram. (2018c). About Us. Hentet 25. april 2018 fra <https://instagram.com/about/us/>

Ipsos. (2018, januar- mars). Ipsos' sosiale medier tracker Q1'18. Hentet 25. mars 2018 fra https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-04/ipsos_some_tracker_q1_2018.pdf

Jacobsen, J. (2016, 22. april). Speil, speil på veggen der Hentet 2. april 2018 fra <https://www.sv.uio.no/psi/forskning/aktuelt/aktuelle-saker/2011/kroppsbilde.html>

Järvinen, M. (2005). Interview i en interaktionistisk begrepsramme. I M. Järvinen & N. Mik-Mayer (Red.), *Kvalitative metoder i et interaktionistisk perspektiv: Interview, observationer og dokumenter* (s. 27-48). København: Hans Reitzels forlag.

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal

Akademisk.

Kvalem, L. I. (2007). Ungdom og kroppsbilde. I I. L. Kvalem & L. Wichstrøm (Red.), *Ung i Norge: Psykososiale utfordringer* (s. 33-50). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Kvalem, L. I. & Wichstrøm, L. (2007). Utvikling i tenårene: pubertet, kognisjon, seksualitet, selvbilde og sosiale relasjoner. I I. L. Kvalem & L. Wichstrøm (Red.), *Ung i Norge: Psykososiale utfordringer* (s. 17-32). Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Kvernbekk, T. (2002). Vitenskapsteoretiske perspektiver. I T. Lund (Red.), *Innføring i forskningsmetodologi* (s.19-78). Bergen: Fagbokforlaget.

Levin, I. & Trost, J. (1996). *Å forstå hverdagen: med et symbolsk interaksjonistisk perspektiv*. Oslo: TANO.

Levin, I. & Trost, J. (2005). *Hverdagsliv og samhandling: med et symbolsk interaksjonistisk perspektiv*. Bergen: Fagbokforlaget.

Lillemyr, O. F. (2007). *Motivasjon og selvforståelse: hva ligger bak det vi gjør?*. Oslo: Universitetsforlaget.

Lin, L., Sidani J. E., Shensa, A., Radovic A., Miller, E., Colditz, J. B., Hoffman, B. L., Giles, L. M., & Primack, B. A. (2016). Association between social media use and depression among u.s young adults: Research Article. *Depression And Anxiety*, 00, 1-9. Hentet fra <http://www.primack.net/professional/articles/r078da2016.pdf>

Lock, A. & Strong, T. (2014). *Sosial konstruksjonisme: Teorier og tradisjoner*. Bergen: Fagbokforlaget.

Lund, I. (2012). *Det stille atferdsproblemet: Innagerende atferd i barnehage og skole*. Bergen: Fagbokforlaget.

Lund, T. (2002). Innledning. I T. Lund (Red.), *Innføring i forskningsmetodologi* (s. 9- 18). Bergen: Fagbokforlaget.

- Manovich, L. (2016). Competitive Photography in the Presentation of Self. I: Manovich, L. (Red.), *Instagram and Contemporary Image* (s. 12-17). Hentet fra http://manovich.net/content/04-projects/090-competitive-photography-and-the-presentation-of-the-self/instagram_article_at_lm_working_draft.pdf
- Matre, J. & Estensen, M. B. (2013, 20. november). Selfie er årets nyord! *VG*. Hentet 6. april 2018 fra <http://www.vg.no/forbruker/teknologi/sosiale-medier/selfie-er-aarets-nyord/a/10137009/>
- Maxwell, J. A. (1992). Understanding Validity in Qualitative Research. *Harvard Educational Review*, 32(3), 279 -300. Hentet fra <https://search.proquest.com/docview/212250067?accountid=14699>
- Maxwell, J. A. (2013). *Qualitative Reasearch Design: An Interactive Approach* (3.utg.). Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: SAGE.
- Mead, H. G. (1930). Cooley's Contribution to American Social Thought. *American Journal of Sociology*, 35(5), 693-706. doi:10.1086/215189
- Mead, H. G. (1934). *Mind, Self, & Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. London: The University of Chicago Press.
- Mead, H. G. (1976). *Medvetandet jaget och samhället från socialbehavioristisk ståndpunkt*. Lund: Argos.
- Medietilsynet. (2016). *Barn & medier 2016: 9-16- åringers bruk og opplevelser av medier*. Hentet fra https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2016_barnogmedier.pdf
- Mogstad, K. L. (2017). *Kroppsklemma: Hvordan være trygge og gode voksne for barn og unge i et kroppsfiksert samfunn*. Oslo: Cappelen Damm.
- NESH. (2016, 27. april). Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora,

juss og teologi. Hentet 18. januar 2018 fra <https://www.etikkom.no/forskningsetiske-retningslinjer/Samfunnsvitenskap-jus-og-humaniora/>

Nilsen, M. M. (2014). *Dette vet vi om barnehagen: Observasjon og pedagogisk analyse*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Nordahl, T., Sørli, M.-A., Manger, T. & Tveit, A. (2005). *Atferdsproblemer blant barn og unge*. Bergen: Fagbokforlaget.

Ogden, T. (2015). *Sosial kompetanse og problematferd blant barn og unge* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.

RSPH. (2017). *#StatusofMind: Social media and young people's mental health and wellbeing*. Hentet fra <https://www.rsph.org.uk/uploads/assets/uploaded/62be270a-a55f-4719-ad668c2ec7a74c2a.pdf>

Rye, J. F. (2013). Mead, Berger & Luckmann og de signifikante andre. *Sosiologisk tidsskrift*, 21(02), 169-189. Hentet fra https://www.idunn.no/st/2013/02/mead_berger_amp_luckmann_og_de_signifikante_andre

Skaalvik, S. & Skaalvik, E. M. (2013). *Skolen som læringsarena: selvoppfatning, motivasjon og læring* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.

Statistisk sentralbyrå. (2017, 11. mai). Norsk mediebarometer 2016. Hentet fra https://www.ssb.no/kultur-og-fritid/artikler-og-publikasjoner/_attachment/303444?_ts=15c1173e920

Stølen, T. (2017). George Herbert Mead. I *Store norske leksikon*. Hentet 6. februar 2018 fra https://snl.no/George_Herbert_Mead

Thagaard, T. (2013). *Systematikk og innlevelse: En innføring i kvalitativ metode* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

- Tifentale, A. (2016). Competitive Photography in the Presentation of Self. I: Manovich, L. (Red.), *Instagram and Contemporary Image* (s. 1-11). Hentet fra http://manovich.net/content/04-projects/090-competitive-photography-and-the-presentation-of-the-self/instagram_article_at_lm_working_draft.pdf
- Tjora, A. (2014, 23. januar). Erving Goffman. *I Store norske leksikon*. Hentet 28. mai 2018 fra https://snl.no/Erving_Goffman
- Tjora, A. (2017). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Toma, C. L. & Carlson, C. L. (2015). How Do Facebook Users Believe They Come Across in Their Profiles?: A Meta- Perception Approach to Investigating Facebook Self-Presentation. *Communication Research Reports*, 32(1), 93-101. doi:10.1080/08824096.2014.990557
- Triggerman, M. & Slater, A. (2013). NetTweens: The Internet and Body Image Concerns in Preteenage Girls. *The Journal of Early Adolescence*, 34(5), 606-620. doi:10.1177/0272431613501083
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why We expect more from technology and less from each other*. New York: Basic Books.
- Ungdata. (2018). Sosiale medier. Hentet 25. april 2018 fra <http://www.ungdata.no/Mediebruk/Sosiale-medier#displayDescription>
- Utdanningsdirektoratet. (2006). *Prinsipper for opplæringen*. Hentet fra <https://www.udir.no/laring-og-trivsel/lareplanverket/prinsipper-for-opplaringen2/laringsplakaten/>
- Utdanningsdirektoratet. (2017). *Overordnet del – verdier og prinsipper for grunnopplæringen*. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/37f2f7e1850046a0a3f676fd45851384/overordnet-del---verdier-og-prinsipper-for-grunnopplaringen.pdf>

- Uthus, M. (2017). *Elevenes psykiske helse i skolen: Utdanning til å mestre egne liv*. Oslo: Gyldendal Norske Forlag AS.
- Vaage, S. (1989). Handlingen og pedagogikk G. H. Mead om utdanning og sosialisering. I Thuen, H. & Vaage, S. (Red.), *Oppdragelse til det moderne: Emile Durkheim George Herbert Mead John Dewey Pierre Bourdieu* (s. 73-93). Oslo: Universitetsforlaget.
- Wendt, B. (2014). *The Allure of the Selfie: Instagram and the New Self-Portrait*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- White, W. R. (1964). *The abnormal personality* (3. utg.). New York: The Ronald Press Company.
- WHO. (2014, august). Mental health: a state of well-being. Hentet 30. januar 2018 fra http://www.who.int/features/factfiles/mental_health/en/
- WHO. (2018, 30. mars). Mental health: strengthening our response. Hentet 4. mai 2018 fra <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs220/en/>

Vedlegg 1: Informasjonsskriv til rektor

Forespørsel om deltagelse i en intervjuundersøkelse i forbindelse med en masteroppgave

På bare noen få år har bruk av sosiale medier eksplodert. Særlig nettverkssteder som blant annet Snapchat og Instagram, er populære kommunikasjonsarenaer for dagens ungdom.

Vi er to mastergradsstudenter fra Universitetet i Oslo, som tar master i spesialpedagogikk med fordypning i psykososiale vansker. I den forbindelse skal vi i januar/februar 2018 gjennomføre intervjuundersøkelser som gir grunnlag for videre arbeid med masteroppgaven, som etter planen skal være ferdig 1. juni 2018. Hensikten med prosjektet er å undersøke hvordan sosiale medier påvirker unge jenters selvoppfatning. Selv opplever vi at temaet er veldig aktuelt og håper at studiet vårt kan være med å fremme kunnskap og bevissthet om emnet.

Hva innebærer deltagelse i studien?

Vi ønsker å foreta kvalitative forskningsintervjuer med 5- 7 jenter på første året på videregående skole, som er eller nylig har vært aktive bruker av Snapchat og Instagram. Det vi er ute etter er deres erfaringer og opplevelser av å bruke disse mediene og hvordan dette eventuelt kan være med å påvirke deres selvoppfatning positivt og/eller negativt.

Hva skjer med informasjonen fra elevene?

Under intervjuet ønsker vi å ta opp samtalen med lydopptaker, og ta notater mens vi snakker sammen. Intervjuet vil ta 30-60 minutter, og vi vil sammen med informanten bli enig om tid for intervjuet. Vi ønsker hovedsakelig å gjennomføre intervjuet på skolen. Det kan foregå i eller utenom undervisningstid alt etter hva som passer best for lærer og elev. Lydopptakene og transkribering vil være innelåst på sikrede PCer. Etter at prosjektet er gjennomført vil lydopptakene og transkriberingen fra disse bli slettet. Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og anonymiseres.

Frivillig deltagelse:

Det er frivillig å være med og informantene kan trekke seg når som helst under prosjektet uten å gi begrunnelse for dette. Alle opplysninger vil, som skrevet tidligere, bli behandlet

konfidensielt og anonymiserer. Ingen enkeltperson vil kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven.

Studien er sendt inn til godkjenning av Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste A/S, desember 2017.

Dersom det er noe mer du lurer på kan du ta kontakt med undertegnede på mail. Hvis du tenker at dette er noe din skole vil å være med på, ønsker vi at du legger ut informasjonsbrevet (se vedlegg) til elevene på læringsplattformen deres. Slik at elevene får den informasjonen de trenger og kan kontakte oss om de selv ønsker.

Vi håper på et positivt svar.

Vennlig hilsen

Thea Skau Weseth og True Elgshøen

Vedlegg 2: Informasjonsskriv til deltakere i forskningsprosjektet

Hei☺

Vi er to mastergradsstudenter fra Universitetet i Oslo, som tar master i spesialpedagogikk. I denne oppgaven ønsker vi å undersøke hvordan bruk av sosiale medier kan påvirke hvordan unge jenter ser på seg selv. For å kunne svare på denne oppgaven ønsker vi å snakke med jenter som går første året på videregående, og som bruker eller nylig har vært aktive brukere av Snapchat og Instagram. Om disse opplysningen passer for deg, så er vi veldig interessert i dine erfaringer og opplevelser i forhold til dette.

Hva innebærer deltagelse i studien?

På bare noen få år har bruk av sosiale medier eksplodert. Særlig nettverkssteder som blant annet Snapchat og Instagram, er populære kommunikasjonsarenaer for dagens ungdom. Vi ønsker å høre hvordan du opplever å bruke Snapchat og Instagram og hvordan du føler at disse mediene påvirker hvordan du ser på deg selv positivt og /eller negativt, samt hvilke erfaringer du sitter med. Uansett hvilke erfaringer du sitter med ønsker vi gjerne å høre hva du har å fortelle.

Vi ønsker å gjennomføre intervjuet i februar 2018 og vi kan sammen bli enig om tid og sted. Samtalen vil vare fra 30-60 min. Under intervjuet vil vi begge (Thea og True) være til stede, og vi vil under intervjuet stille deg spørsmål som vil bli tatt opp på lydopptaker, samt at vi vil skrive noen notater.

Hva skjer med informasjonen du gir oss?

Lydopptakene vil være innelåst på sikrede PCer. Etter at prosjektet er gjennomført vil lydopptakene bli slettet. Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt og anonymiseres, og det er bare vi og vår veileder som har tilgang til dem. Du som enkeltperson vil ikke kunne gjenkjennes i den ferdige oppgaven.

Frivillig deltagelse:

Det er frivillig å være med og du kan trekke seg når som helst under prosjektet uten å måtte fortelle oss hvorfor.

Dersom du ønsker å delta eller har noen spørsmål kan du kontakte oss på mail
theaweseth@gmail.com

Vedlagt ligger en samtykkeerklæring du kan signere og ta med til intervjuet dersom du
ønsker og delta.

Vi håper å høre fra deg😊

Vennlig hilsen

Thea Skau Weseth og True Elgshøen

Vedlegg 3: Intervjuguide

Introduksjon:

- Takk for at du ønsker å delta!
- Presenterer oss selv, masterprosjektet og våres motivasjon for prosjektet.
- Under intervjuet er vi jakt etter dine meninger, erfaringer og opplevelser, og det finnes dermed ikke noe gale eller rette svar.
- Under intervjuet vil du kanskje oppleve at noen spørsmål er overlappende eller du føler kanskje at du allerede har svart på det, noen spørsmål kan du kanskje også oppleve som selvfølgelige, men vi trenger å stille disse spørsmålene for å forstå deg på best mulig måte. Hvis det er noen spørsmål du synes er vanskelig å svare på, trenger du ikke å svare.
- Fortell kort om hva som vil skje med informasjonen vi får, og hva som vil skje fremover (viser til informasjonsskriv og samtykkeerklæring).
- Er det noe du lurer på, har du noe spørsmål eller kommentarer før vi setter i gang?

Innledende spørsmål:

Unge bruk av sosiale medier har de siste årene endret seg, da unge bruker sosiale medier mer enn tidligere. Ofte bruker unge sosiale medier til å kommunisere med venner. Når vi bruker sosiale medier, så anvender vi det for å kommunisere og holde kontakt med venner og familie, samt for å holde oss oppdaterte.

- Kan du fortelle hvilke sosiale medier du bruker?
- Kan du fortelle litt om din bruk av Snapchat?
 - o Hva er grunnen for at du bruker Snapchat?
 - o Hvor lenge har du vært på Snapchat?
 - o Hva tenker du kan være bra ved bruk av Snapchat?
 - o Hva tenker du kan være mindre bra ved bruk av Snapchat?
- Kan du fortelle litt om din bruk av Instagram?
 - o Hva er grunnen for at du bruker Instagram?
 - o Hvor lenge har du vært på Instagram?
 - o Hva tenker du kan være bra ved bruk av Instagram?
 - o Hva tenker du kan være mindre bra ved bruk av Instagram?

- Har du noen favoritt, Snapchat eller Instagram, og hvorfor?
- Hvor mye tid bruker du gjennomsnittlig på sosiale medier hver dag, og hvorfor?
 - o Ser du på deg selv som en høyforbruker eller en lavforbruker av sosiale medier? Kan du utdype?
- Hvis du skulle levd en uke uten Snapchat og Instagram hvordan ville det ha vært?
 - o Hva hadde vært annerledes? Ulemper? Noen fordeler? Hvordan ville det ha påvirket deg i hverdagen?
- Har du slettet brukerkontoen din på Snapchat eller Instagram, hvorfor, hvorfor ikke?
- Føler du at du er avhengig av Snapchat/Instagram?
 - o Hvorfor tror du at du er avhengig, hva føler du at du går glipp av?
 - o Hvorfor tror du ikke du er avhengig?

Snapchat:

Goffman – onstage/ backstage:

I samfunnet vi lever i spiller vi ofte ulike roller ovenfor ulike mennesker. Vi oppfører oss og fremstiller ulike sider av oss selv når vi er sammen med ulike mennesker. For eksempel så spiller vi en annen rolle når vi er sammen med bestemor enn når vi er sammen med venner. Er dette noe du kan kjenne deg igjen i hverdagen og hvorfor?

Det er dette spørsmålene nedenfor kommer til å handle om, men da knyttet til Snapchat og Instagram.

Snapchat har på kort tid blitt en populær bildedelingstjeneste blant unge.

- Vet du ca. hvor mange venner du har på Snapchat?
 - o Hvem er du venner med på Snapchat, bare dine nærmeste venner, familie, folk i klasse, folk på hele trinnet, folk på hele skolen?
- Hvor ofte sender du snaps?
- Hvilken type bilder sender du? (ting du gjør, ting du ser, nyinnkjøp, selfie?)
 - o Og til hvem, forskjell på hva du sender til dine nærmeste, og hva du sender til folk du ikke kjenner så godt?
 - o Kan du fortelle litt om hvorfor du sender disse bildene?
- Hvordan bilder sender du ikke ut? Har du noen eksempler?
 - o Hvorfor ikke disse bildene?
- Hvilke type bilder sender vennene dine? Har du noen eksempler?

- Kan du fortelle litt om disse bildene?
- Er det en bevisst måte eller en rolle av deg selv du prøver å fremstille på Snapchat, hvorfor eller hvorfor ikke?
 - Hvor mange bilder tar du før du sender det, for eksempel av deg selv, hvorfor og hvorfor ikke?
 - Føler du at de bildene du sender til andre på Snap, er en riktig fremstilling av deg, hvorfor eller hvorfor ikke? Sier bildene noe om deg?
 - Er du den samme på Snapchat (online) som i «det virkelige liv» (offline)?
- Føler du at det er uskrevede regler eller normer for hvordan vi skal fremstille oss selv på Snapchat eller at det er et press på å fremstille seg selv på en spesiell måte?
 - Kan du fortelle litt om disse normene eller dette presset?
- Har du noen tanker rundt hvordan Snapchat påvirker din opplevelse av deg selv, eks. påvirker det deg positivt eller negativt. kan du fortelle litt om dette?

Mead- Speilingsteorien:

- Tidligere snakket du litt om din bruk av Snapchat, kan du fortelle oss litt om hvordan du svarer på en Snap? svarer du alle alltid, sender alltid bilde tilbake, kommenterer i chaten? hvorfor/ hvorfor ikke?
- Kan du fortelle litt om hvor viktig/ikke viktig det er for deg å få svar på snaps?
- Tidligere snakket vi litt om hvilke bilder andre sender på Snapchat, kan du fortelle litt om hvordan du blir påvirket av å se hva andre gjør (f.eks. er på kino, på kafe, shopper, kjøpt seg nye bukse, ferie)
- Opplever du at Snapchat påvirker din opplevelse av deg selv, kan du fortelle litt om dette?
- Motiverer raske tilbakemeldinger deg? hvorfor/ hvorfor ikke

Instagram:

Goffman – onstage/ backstage:

Instagram har også på kort tid blitt en populær bildedelingstjeneste blant unge, men har en annen funksjon.

- Hva kjennetegner din profil på Instagram? åpen/lukket, aktiv, mange/få følgere, treingsbiler, være med venner, kunst og kultur...

- Kan du si oss ca. hvor mange følgere du har på Instagram?
- Hvilken type bilde legger du ut?
 - o Hvorfor la du ut disse bildene?
 - o Hva er bra med dem?
- Er det noen bilder du ikke legger ut?
 - o Kan du gi oss noen eksempler, og hvorfor legger du ikke ut disse bildene?
- Er det en bevisst måte eller en rolle av deg selv du prøver å fremstille på Instagram, hvorfor eller hvorfor ikke?
- Er det forskjell på ulike typer bilder du sender/legger ut på Snapchat og Instagram?
 - o Kan du fortelle litt om dette?
- Føler du at det er uskrevede regler eller normer for hvordan vi skal fremstille oss selv på Instagram eller at det er et press på å fremstille seg selv på en spesiell måte?
 - o Kan du fortelle litt om disse normene eller dette presset? Påvirker det deg?
- Ca. hvor mange følger du på Instagram?
 - o Hvem er det du følger?
 - o Hvis du følger bloggere eller andre inspirasjonskontoer, kjøper du produkter de reklamerer for, og hva er grunnen til dette?
 - o Hva tenker du om bildene som bloggere eller andre inspirasjonskontoer legger ut, er det bra bilder, hvorfor/hvorfor ikke? Påvirker det deg? Hvordan reagere du på bildene, f. eks bilder av kropp?
 - o Har du noen tanker om hvordan andres bilder og fremstillinger av seg selv påvirker deg?
- Tror du at bloggere eller andre inspirasjonskontoer du følger tenker igjennom hva de legger ut? hvorfor/hvorfor ikke? Tenker de at de påvirker andre? Blir du påvirket?
- Er det noen bilder som blir mer populære enn andre på Instagram, hva tenker du kjennetegner de bildene?
- Er du den samme på Instagram (online) som i det «virkelige liv» (offline)?
- Har du noen tanker rundt hvordan Instagram påvirker din opplevelse av deg selv, eks. påvirker det deg positivt eller negativt. Kan du fortelle litt om dette?
- Fremstiller du deg selv forskjellig på Instagram og Snapchat?

Mead- Speilingsteorien:

På Instagram har man mulighet til å like og å kommentere det andre legger ut. Vi kan ikke så mye om disse funksjonene så vi lurte på om du kan fortelle oss litt om dette?

- Kan du fortelle litt om din bruk av «likes» og kommentarer på Instagram?
 - o Hva tenker du om «likes» og kommentar funksjonen på Instagram?
- Er det viktig for deg å få «likes» eller kommentarer på Instagram, hvorfor/hvorfor ikke?
 - o Hvilken betydning har antall «likes» for deg?
 - o Hva er den beste tilbakemeldingen på et bilde for deg: «likes» eller kommentar, hvorfor?
 - o På hvilken måte opplever du at du får informasjon om hva andre syns om deg via «likes» og kommentarer? (Opplever du at du får informasjon om hva andre syns om deg via likes og kommentarer?)
 - o Synes du at «likes» funksjonen på Instagram er en bra måte å gi/få andre feedback/tilbakemeldinger på, hvorfor/hvorfor ikke?
 - o Kan du fortelle litt om hvor viktig følgerene er for deg?
- Reflekterer/tenker du over hvordan dine «likes» /ikke «likes» / kommentarer kan tolkes og oppleves for den du følger?
- Hvis du legger ut et bilde du får få «likes» på, kan du fortelle litt om hvordan det påvirker deg?
- Hvis du legger ut et bilde du får mange «likes» på, kan du fortelle litt om hvordan det påvirker deg?
- På hvilken måte motiverer «likes» og kommentarer deg til å bruke Instagram?
- Opplever ut at likes og kommentarer på Instagram blir viktig for deg?
Hvorfor/hvorfor
- Opplever du at kommentarer eller «likes» på Instagram påvirker din opplevelse av deg selv, kan du fortelle litt om dette?

Snapchat og Instagram:

- Sammenligner du deg selv med andre på Snapchat og Instagram (eks. Utseende, aktiviteter de gjør, kommentarer, «likes»)
 - o Hvem sammenligner du deg med?
 - o Hva er det du sammenligner?

- Hvem opplever du at påvirker deg mest i forhold til din opplevelse av deg selv, din trivsel/mistrivsel og livskvalitet? (Når det kommer til hva andre synes om deg, hvem anser du som viktigst?)
 - Foreldre...
 - Venner...
 - Bekjente...
 - Kjente folk f. eks. bloggere, modeller, skuespillere, artister og politikere
- Føler du at det er et skille mellom det som skjer i Snapchat og Instagram og det som skjer ansikt til ansikt, hvorfor/hvorfor ikke?
- Hvis du har noen negative opplevelser på Instagram eller Snapchat, kan du fortelle litt om dette?

Avsluttende spørsmål:

- Hvordan opplever/ ser du på deg selv i forhold til andre du sammenligner deg med?
- Hva tror du er grunnen for at du ser på deg selv på denne måten?
- Tror du Snapchat eller Instagram er med på å påvirke hvordan du ser på deg selv?

Avslutning:

- Er det noe du ønsker å tilføye som ikke har blitt tatt opp i løpet av samtalen?
- Er det noe du vil vi skal fjerne/ ta bort etter at vi nå har gjennomført intervjuet?
- Takk for at du ville dele dine opplevelser med oss, og takk for samtalen, det har vært veldig lærerikt for oss.

Mulige oppfølgingsspørsmål:

- Mener du med dette at ...
- Kan du gi meg noen eksempler ...
- Hva innebærer dette ...
- Kan du fortelle meg mer om ...
- Forstår jeg deg riktig ...

Vedlegg 4: Samtykkeerklæring

Samtykke til deltagelse i studien

- Jeg er kjent med at jeg på hvilket som helst tidspunkt kan trekke meg fra studiet.
- Jeg er kjent med at alle opplysninger om meg behandles konfidensielt og anonymiseres.
- Jeg godtar at det blir brukt lydopptak under intervjuet.
- Jeg har mottatt muntlig og skriftlig informasjon om studien og ønsker og delta.

Thea Skau Weseth og True Elgshøen

Master i spesialpedagogikk

v/ Universitetet i Oslo.

.....

Dato

Sted

Navn

Vedlegg 5: Godkjenning fra NSD



Jan Grue
Postboks 1140 Blindern
0318 OSLO

Vår dato: 16.01.2018

Vår ref: 57775 / 3 / OOS

Deres dato:

Deres ref:

Tilrådning fra NSD Personvernombudet for forskning § 7-27

Personvernombudet for forskning viser til meldeskjema mottatt 14.12.2017 for prosjektet:

57775	<i>En kvalitativ studie av selvopfatning, unge jenter og sosiale medier</i>
Behandlingsansvarlig	Universitetet i Oslo, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Jan Grue
Student	True Elgshøen

Vurdering

Etter gjennomgang av opplysningene i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon finner vi at prosjektet er unntatt konsesjonsplikt og at personopplysningene som blir samlet inn i dette prosjektet er regulert av § 7-27 i personopplysningsforskriften. På den neste siden er vår vurdering av prosjektopplegget slik det er meldt til oss. Du kan nå gå i gang med å behandle personopplysninger.

Vilkår for vår anbefaling

Vår anbefaling forutsetter at du gjennomfører prosjektet i tråd med:

- opplysningene gitt i meldeskjemaet og øvrig dokumentasjon
- vår prosjektvurdering, se side 2
- eventuell korrespondanse med oss

Meld fra hvis du gjør vesentlige endringer i prosjektet

Dersom prosjektet endrer seg, kan det være nødvendig å sende inn endringsmelding. På våre nettsider finner du svar på hvilke [endringer](#) du må melde, samt endringsskjema.

Opplysninger om prosjektet blir lagt ut på våre nettsider og i Meldingsarkivet

Vi har lagt ut opplysninger om prosjektet på nettsidene våre. Alle våre institusjoner har også tilgang til egne prosjekter i [Meldingsarkivet](#).

Vi tar kontakt om status for behandling av personopplysninger ved prosjektslutt

Ved prosjektslutt 01.06.2018 vil vi ta kontakt for å avklare status for behandlingen av personopplysninger.

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Se våre nettsider eller ta kontakt dersom du har spørsmål. Vi ønsker lykke til med prosjektet!

Vennlig hilsen

Marianne Høgetveit Myhren

Øyvind Straume

Kontaktperson: Øyvind Straume tlf: 55 58 21 88 / Oyvind.Straume@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: True Elgshøen, trueelg@gmail.com