

Å se og bli sett på Instagram

En kvalitativ studie om sosial overvåknings rolle i bruken av Instagram

Hanna Linnea Lüders



Masteroppgave i medievitenskap
Institutt for informasjons- og medievitenskap
Universitetet i Bergen

Våren 2021

Sammendrag

Denne studien undersøker sosial overvåknings rolle i bruken av Instagram, ved å ta utgangspunkt i sentrale bruksområder innad plattformen; framstilling av identitet og deling av politisk rettet innhold. I løpet av årene har det blitt mer og mer vanlig å dele store mengder personlig informasjon. Sosial overvåkning forklarer hvordan brukere på sosiale medier overvåker dette innholdet delt av andre brukere, samt blir overvåket av andre brukere. Ved å se på sentrale bruksområder i bruken av Instagram i lys av sosial overvåkning får man en viktig og spennende vinkling inn på hvordan man bruker sosiale medier. Studien utforsker sosial overvåknings rolle i de ulike bruksområdene til Instagram gjennom å observere og intervjuer ti brukere av plattformen. Studien utforsker hvilke innvirkninger og implikasjoner sosial overvåkning har på bruken av Instagram. Resultatene viste tydelige tendenser på sosial overvåknings innvirkning i bruken av plattformen: Sosial overvåkning fører til regulering av eget innhold. Informantene er bevisste om at innholdet de deler blir sett av andre, som fører til selvovervåkning. Sosial overvåkning har ført til en større åpenhet rundt deling av politisk innhold. Funnene indikerer at sosial overvåkning spiller en rolle i bruken av Instagram – hvor denne rollen er størst når det gjelder framstilling av identitet

Forord

Det siste året har vært utfordrende på flere måter. Ikke bare har jeg skrevet en masteroppgave, men jeg har også gjennomført det under en pandemi. Arbeidet med denne oppgaven har vært utfordrende, givende, lærerikt, samt utrolig gøy. At jeg nå er ferdig med ett års arbeid rundt et tema jeg synes er såpass spennende er en lettelse, men samtidig skummelt. Det er skummelt å gå ut av denne masterboblen, men jeg kunne ikke bedt om en bedre studietilværelse og avslutning på min mastergrad.

Jeg vil først og fremst takke min veileder Ole Johan Mjøs. Takk for alle gode samtaler, takk for alle gode råd og takk for dine oppløftende ord. Du har utfordret meg og fått meg til å strekke meg lenger for å oppnå gode resultater. Gjennom veiledningene har du alltid vist at det er lys i enden av denne lange tunnelen. En stor takk rettes også til alle de herlige medstudentene jeg har fått arbeidet sammen med de siste to årene. Uten dere hadde hverdagen vært grå og kjedelig. Takk for alle interessante samtaler på lunsjrommet. Takk for hyggelig avbrekk og pauser, som kanskje har vart litt for lenge. Takk for alle gode innspill og hjelp. Jeg må spesielt gi en stor takk til May-Helene. Du er en solstråle som har motivert og hjulpet meg gjennom de siste månedene. Det siste året ville ikke vært det samme uten deg og dere.

Jeg må også gi en stor takk til min samboer Magnus. Tusen takk for at du har holdt ut med en stresset samboer, som til tider ikke har snakket om noe annet enn masteroppgaven sin. Takk for all din støtte og tålmodighet. Du har virkelig vært min klippe gjennom dette utfordrende og lærerike prosjektet. Til slutt vil jeg takke min kjære storesøster Ina. Du har alltid veiledet meg inn på den riktige veien, nå og ellers i livet. Takk for dine støttende ord og oppmuntringer og at du alltid viser hvor stolt du er av meg.

Hanna Linnea Lüders

Bergen, 15.06.2021

Innholdsfortegnelse

KAPITTEL 1: INNLEDNING	1
1.1 HVORFOR INSTAGRAM	2
1.2 TIDLIGERE FORSKNING	5
1.3 PROBLEMSTILLING OG AVGRENSING	6
1.4 OPPGAVENS STRUKTUR	7
KAPITTEL 2: TEORETISKE BEGREP OG PERSPEKTIVER	9
2.1 SOSIAL OVERVÅKNING	9
2.1.1 Hva er overvåkning?	10
2.1.2 Overvåkningsteoriens utvikling	12
2.1.3 Hva er sosial overvåkning?	15
2.2 IDENTITET	18
2.2.1 Hva er identitet?	18
2.2.2 Identitet og sosiale medier	20
2.2.3 Sosial overvåkning og identitet	21
2.3 POLITISK AKTIVISME, SOSIALE MEDIER OG #BLACKOUTTUESDAY	22
2.3.1 Politisk aktivisme på sosiale medier	22
2.3.3 #Blackouttuesday	24
2.3.4 Kritikk av #Blackouttuesday	26
KAPITTEL 3: METODE	28
3.1 VALG AV METODE	28
3.1.1 Kvalitative dybdeintervjuer	29
3.1.2 Think-aloud metoden	30
3.2 PILOTSTUDIE	31
3.3 INFORMANTER	32
3.3.1 Utvalg	32
3.3.2 Rekruttering	33
3.4 SEMISTRUKTURERTE INTERVJU	34
3.5 BEHANDLING OG ANALYSE AV DATAMATERIALET	36
KAPITTEL 4: INFORMANTENES GENERELLE BRUK AV INSTAGRAM	38
4.1 HVORFOR BRUKER MAN INSTAGRAM?	39
4.1.1 Informantenes endring i bruk av Instagram	39
4.1.2 Hvorfor informantene bruker Instagram	41
4.2 INFORMANTENES TANKER UNDER SCROLLING	42
4.2.1 Hvem er det informantene følger?	42
4.2.2 Hva tenker informantene når de scroller?	43
4.3 INFORMANTENES FORHOLD TIL INSTASTALKING	44
4.3.1 Informantenes begrunnelse for å instastalke	45
4.3.2 Er instastalking overvåkning?	46
4.4. DISKUSJON	48
4.4.1 Flere brukere av Instagram førte til endring i bruken	49
4.4.2 Informantene ønsker å holde seg oppdatert på nære relasjoner	50
4.4.3 Informantenes forhold til instastalking	51
4.4.4 Er det tegn på sosial overvåkning i informantenes generelle bruk av Instagram?	53
KAPITTEL 5: SOSIAL OVERVÅKNINGS INNVIRKNING PÅ FRAMSTILLING AV IDENTITET ...	55
5.1 PROSESSEN AV Å PUBLISERE INNHOLD	55
5.1.1 Bakgrunn for valg av bilde	56
5.1.2 Redigering av bildet og tilhørende bildetekst	57
5.2 HVEM ER INFORMANTENE PÅ INSTAGRAM?	59
5.2.1 Hvordan framstiller informantene seg på Instagram?	59
5.2.2 Roller på Instagram	61

5.3 ANDRE BRUKERES INNVIRKNING PÅ INFORMANTENS FRAMSTILLING PÅ INSTAGRAM.....	62
5.3.1 Tenker informantene over at innholdet blir sett av andre?.....	62
5.3.2 Hvilken innvirkning har det de ser andre publisere, på hva de selv publiserer?	63
5.4 DISKUSJON	64
5.4.1 Informantenes framstilling av identitet på Instagram.....	65
5.4.2 Det at andre ser, har en innvirkning på hvem man er på Instagram	67
5.4.3 Sosial overvåknings rolle i framstilling av identitet	68
KAPITTEL 6: POLITISK AKTIVISME OG SOSIAL OVERVÅKNING PÅ INSTAGRAM	70
6.1 INSTAGRAM SOM EN PLATTFORM FOR UTVEKSLING AV POLITISK INNHOLD	70
6.1.1 Er informantene politisk aktive på Instagram?.....	72
6.2 INFORMANTENES DELTAKELSE I #BLACKOUTTUESDAY?	74
6.2.1 Hvorfor deltok noen av informantene?	74
6.2.2 Hvorfor deltok noen av informantene ikke?.....	76
6.3 HAR DET BLITT EN STØRRE ÅPENHET FOR DELING AV POLITISK RETTET INNHOLD?	78
6.4 DISKUSJON	80
6.4.1 Informantenes politiske aktivitet	80
6.4.2 Fører sosial overvåkning til deling av politisk rettet innhold?	82
KAPITTEL 7: KONKLUSJON	85
LITTERATURLISTE:.....	89

Kapittel 1: Innledning

Mellom hverdagens rutiner tar jeg ofte opp iPhonen og klikker meg inn på Instagram, for å forsvinne inn i den digitale verdenen. Jeg blar meg gjennom nyhetsstrømmen og ser innlegg etter innlegg fra venner og bekjente. En venninne viser frem hvor fint hun har det på ferie, en annen skryter over den nye jobben sin og en tredje viser stolt frem det fine frokostbordet. Mellom alle disse oppdateringene dukker det også opp informasjon om hva som skjer i verden. Noen bekjente har delt ett innlegg om ett viktig samfunnsproblem. Jeg leser innlegget og velger å dele budskapet videre. Når jeg blar meg gjennom denne nesten uendelige nyhetsstrømmen er det med formålet om å holde meg oppdatert på hva mine bekjente gjør, samt hva som skjer i nyhetsbildet. I løpet av de få minuttene jeg blar gjennom innleggene har jeg innhentet store mengder personlig informasjon om bekjente og blitt oppdatert på hva de gjør. Er dette overvåkning?

I løpet av årene har det blitt mer og mer vanlig å dele store mengder informasjon om seg selv på sosiale medier. Gjennom bilder, tekster og andre oppdateringer viser man de andre brukerne på de ulike plattformene hva man gjør, hvor man er eller hvordan man har det. Ved å bruke sosiale medier konsumerer man all denne informasjonen om andre brukere. Alice Marwick (2012) kaller dette fenomenet for sosial overvåkning. Begrepet viser til hvordan sosiale medier blir brukt for å kartlegge hva venner og bekjente holder på med og hvordan de har det. I dagens samfunn har sosiale medier blitt en viktig arena for kommunikasjon og man publiser personlig informasjon til et stort publikum. Dette innholdet har blitt delt for at det skal bli sett, og det fører til at det blir studert nøye (Marwick, 2012:379). Sosiale medier åpner dermed opp for overvåkning mellom brukerne (Lampe mfl., 2006:167). Sosial overvåkning viser til hvordan man som bruker studerer innhold publisert av andre, samt studerer eget innhold gjennom andres øyne (Marwick, 2012:378). Men, om det er slik at sosial overvåkning er en del av sosiale medier – hvilken innvirkning har det på bruken av plattformer som Instagram?

Jeg ønsker å undersøke sosial overvåknings rolle i bruken av sosiale medier, med fokus på Instagram. I følge Ipsos brukte 40% av den norske befolkningen Instagram daglig i første kvartal av 2021, noe som gjør plattformen til det fjerde mest brukte sosiale mediet i Norge etter Facebook, Messenger og Snapchat (Ipsos, 2021). Det er viktig å undersøke om sosial

overvåkning har en innvirkning på bruken av Instagram og hvordan den utspiller seg. Det er viktig for å forstå samspillet mellom brukerne på et sosialt medium. Ulike sosiale medier har mange og ulike bruksområder. Instagrams to største bruksområder er publisering av eget innhold og konsumering av innhold publisert av andre. For å undersøke sosial overvåknings rolle i bruken av Instagram er det nødvendig å studere dens innvirkning på ulike bruksområder. Sosial overvåknings rolle i hvordan man publiserer eget innhold, vil bli undersøkt gjennom hvordan man som bruker framstiller sin identitet. Videre vil jeg se på sosial overvåknings rolle i deling av politisk innhold. Dette fordi sosiale medier, som Instagram, har blitt en stor og viktige arena for deling av nyheter og politisk innhold. Ved å se på bruken av Instagram i lys av sosial overvåkning får man en ny forståelse av hvordan man bruker sosiale medier til fremstilling av identitet og utøvelse av politisk aktivitet. Dermed vil en annen vinkling på hvordan man undersøker bruken av sosiale medier, som Instagram, med fokus på identitet og deling av politisk rettet innhold være studiens nytteverdi. Temaet for denne studien er sosial overvåkning på Instagram og dens innvirkning på bruken. Analysen viser at brukerne av Instagram er beviste på denne overvåkning. Spesielt med tanke på hvordan brukere tilpasser sitt eget innhold på bakgrunn av hva andre publiserer og hvordan andre brukere har stor innvirkning på hvordan man selv bruker plattformen. Jeg vil derfor i denne oppgaven argumentere for at sosial overvåkning har en rolle i bruken av Instagram.

1.1 Hvorfor Instagram

Til tross for at det er flere sosiale medier som ville vært relevante for å undersøke sosial overvåknings rolle, falt valget på bilde- og videodelingsplattformen Instagram. Valget ble tatt grunnet plattformens mulighet for fremstilling av identitet, gjennom det visuelle, noe oppgaven vil gå nærmere inn på i kapittel 2. Instagram har og gode verktøy for deling av innhold publisert av en selv og andre. Dette gjør plattformen interessant å undersøke med tanke på deling av politisk rettet innhold. Før jeg presenterer Instagram, vil jeg først gi en kort definisjon på hva et sosialt medium er. Gjennom studien vil Instagram bli betegnet som sosialt medium, plattform og arena.

Begrepet sosiale medier er en sekkebetegnelse som dekker tjenester og plattformer på internett hvor det ikke er tydelig skille mellom avsender og publikum. Det vil si at det samme mennesket kan produsere og konsumere innhold som blir delt. Det er og plattformer som gjør det mulig med mange-til-mange kommunikasjon (Aalen, 2015:19). For å få en dypere

forståelse kan man se på undersjangeren sosiale nettverkssider, SNS. Ellison og Boyd (2013) definerer SNS som kommunikasjonstjenester som oppfyller tre kriterier. Først må man som bruker ha en egen unik *profil* hvor en kan publisere eget innhold eller dele andres innhold. For det andre må tjenesten gi brukeren muligheten til å skape en liste over *relasjoner*, som kan bli betegnet som *venner* eller *følgere*. Denne listen skal være tilgjengelig for andre brukere. Til slutt må tjeneste gi brukeren mulighet til å konsumere, produsere og interagere med en *nyhetsstrøm* av innhold skapt av ens *relasjoner* (Ellison & Boyd, 2013:8-9). Instagram er en sosial nettverksside, ettersom den dekker Ellison og Boyd (2013) tre kriterier; man har som bruker en egen profil, gjennom denne brukeren får man liste på ens relasjoner, og Instagram gjør det mulig for brukerne å både dele eget innhold og konsumere innhold delt av andre.

Instagram ble lansert i oktober 2010 (Leaver mfl., 2020:8), og har siden blitt en av de mest brukte sosiale mediene både i Norge og internasjonalt. I april 2020 kjøpte Facebook plattformen (Leaver mfl., 2020:9). Dermed er det en kobling mellom disse to plattformene, men studien vil kun fokusere på Instagram. Ifølge Ipsos (2021) er det 2 609 000 brukere av Instagram i Norge, som utgjør 63% av befolkningen. Av disse utgjør kvinner 56%, mens 44% av brukerne er menn. Den mest aktive gruppen av brukere er aldersgruppen 18-29 år. Det er hele 78% av alle 18-29 åringer som bruker Instagram. Det er dermed hensiktsmessig å bruke denne aldersgruppen i studien, ettersom det er den gruppen som bruker Instagram oftest. Plattformen blir hovedsakelig brukt via smarttelefonen, og man kan enkelt forklare Instagram som en bildedagbok som er tilgjengelig på internett. Ettersom det er en bilde- og videodelingstjeneste, der innholdet viser frem livet til brukerne.

Som bruker av Instagram er det nødvendig å lage en *profil*. På denne *profilen* kan brukeren publisere eget innhold som bilder og videoer. Alle brukere av Instagram har sine personlige profiler hvor alt egen produsert innhold blir samlet. Ved publisering av bilder og videoer kan man legge til en *caption*, som er en tilhørende bildetekst. I bildeteksten kan man legge til *emneknagger* som et verktøy for å kategorisere ens egne bilder. Om man klikker seg videre inn på en emneknagg får man en samling av alle bildene, som er åpne for alle, med samme emneknagg. Ulike emneknagger har visse betydninger og blir ofte brukt til politiske bevegelser på sosiale medier. I tillegg til innhold som blir publisert her, kan man som brukere også publisere *historier*, som er bilder eller videoer som kun er tilgjengelig i 24 timer. Ens profil er søkbar for andre brukere via et *brukernavn*. Hovedsakelig er de fleste brukernavn på

Instagram basert på brukerens egne navn, men det er også tilfeller hvor det blir brukt fiktive navn eller kallenavn.

Som et billedbasert sosialt medium har det visuelle og estetiske en helt sentral rolle i publisering av innhold. Dette kan skyldes Instagrams egne redigeringsverktøy som gir brukerne muligheten til å endre *lysstryke*, *kontrast* og *fargenyener* eller legge på et *filter*. Dette gjør det enkelt å redigere bildene mer estetisk vakre før publisering. Ettersom man som bruker publiserer innhold om en selv, kan man se på plattformen som en *mikroblogg*. En mikroblogg kjennetegnes av korte innlegg i samtid som forteller om hva man gjør eller mener (Grace mfl., 2010:4518). Via profilen får man oversikt over ens *relasjoner*, på Instagram kalt *følgere*, samt man får oversikt over hvem man selv velger å *følge*. Man kan velge om man ønsker å ha en *åpen* eller *lukket* profil. Om man velger å ha en åpen profil er det åpent for at alle kan velge å følge profilen. På den andre siden vil en lukket-profil si at en bruker må sende en forespørsel for å følge. Relasjoner man har via Instagram kan være en blanding av *asynkrone* og *synkrone*. Sistnevnte er gjensidige relasjoner på plattformen, som vil si at man følger hverandre. *Asynkrone* på sin side er det ingen forpliktelse for at man må *følge* tilbake (Aalen, 2015:20). På Instagram er det en blanding av asynkrone og synkrone relasjoner. Dette fordi man hovedsakelig følger venner og bekjente, men man følger også andre typer profiler som influensere eller nyhetsmedier. Det kan også oppleves som en forpliktelse å følge tilbake de man kjenner fra den «virkelige verdenen». Blandingen av synkrone og asynkrone er en viktig karakteristikk når et gjelder Instagram, ettersom man kan bruke mediet til å følge opp på hva som skjer med nære relasjoner, men man har også muligheten til å følge med på kjendiser, offentlige personer og bedrifter, samt hva som skjer i verden gjennom nyhets- og politiskbaserte profiler.

Man får tilgang til andre brukere av Instagram sitt innhold ved å bla, også kalt scrolling, i nyhetsstrømmen. Nyhetsstrøm blir ofte omtalt som *feed*. Det er via nyhetsstrømmen man først og fremst konsumerer og interagerer med innholdet andre publiserer. På Instagram kommuniserer man med andre gjennom *likes* og *kommentarer*. Man har også muligheten til å dele andres innhold innad plattformen. Dette kan man gjøre enten via private meldinger eller dele innholdet i sin egen *historie*, slik at alle som følger en får med seg det delte innholdet.

Valget av sosialt medium falt på Instagram på grunn av 1) det er ett av de største sosiale mediene som blir brukt i Norge, 2) at plattformen er en bilde- og videodelingstjeneste og 3)

hovedfunksjonen til plattformen er å følge med på livene til kjente men også ukjente. Flere sosiale medier gjør det mulig å holde seg oppdatert på hva venner og bekjente gjør, men med Instagram har det blitt hovedfunksjonen til mediet. Som en bilde- og videodelingsplattform er det interessant å se hvordan sosial overvåkning har en innvirkning på framstilling av identitet. Ettersom overvåkingspraksisen studert i denne studien handler om det å se og bli sett på sosiale medier, er det viktig å undersøke hvor stor innvirkning det å bli overvåket eller å overvåke andre har på egen framstilling. Det er også spennende og viktig å se nærmere på hvordan og hvorfor unge brukere deler politisk rettet innhold. Dermed om det å se andre dele politisk innhold fører til at man selv deler slikt innhold.

1.2 Tidligere forskning

Mye av den tidligere forskningen som har blitt gjort på Instagram har fokusert på selvrepresentasjon (Johannessen, 2016; Aas-Hansen, 2015). Aas-Hansens (2015) studie undersøkte hvordan unge brukere av Instagram og Snapchat brukte plattformene til å kommunisere sin identitet. Studien hennes viste at bildene som ble delt på de to ulike plattformene viste et sammensatt og komplekst identitetsbilde, men at det var ulike versjoner som ble framstilt på Instagram og Snapchat (Aas-Hansen, 2015). Johannessen (2016) på sin side studerte nærmere unge jenters selvrepresentasjon og sosial sammenligning på Instagram. Studien hennes viste hvordan unge jenter framstiller seg selv i samspill med andre. Det viste seg at brukerne i hennes studie hadde to ulike kontoer. En var åpen for alle, samt en lukket som kun var tilgjengelig for de nærmeste. Ved å ha to ulike kontoer kunne brukerne bestemme over hvem som fikk tilgang på hvilken selvrepresentasjon (Johannessen, 2016). I 2017 gjennomførte Alhabash og Ma en studie som så på hvorfor amerikanske universitetsstudenter brukte ulike sosiale medium. Der kom det frem at Instagram hovedsakelig ble brukt til underholdning og selvuttrykk (Alhabash & Ma, 2017:9). Det er dermed blitt gjort mye forskning på identitet, samt Instagram. Ved å studere framstilling av identitet i lys av sosial overvåkning slik denne studien gjør, får man en annerledes og viktig vinkling på fenomenet. Dermed kan man studere nærmere hvor stor innvirkning samspill med andre brukere har på egen framstilling på Instagram.

Studien skal også undersøke hvorfor og hvordan man deler politisk rettet innhold. Mahoney mfl. (2016) studerte hvordan skotske velgere brukte Instagram som et verktøy for politisk selvuttrykk og deltakelse i den demokratiske prosessen før to store demokratiske stemmer.

Studien viste at Instagram ble på ulike måter brukt for å fremme ens politiske meninger. En studie gjort av Wiken (2020) undersøkte hvordan det har blitt mer vanlig at innhold fra hverdagen blandes med politiske budskap på sosiale medier. Hun drøftet om Instagram kan bli sett på som et tredje offentlig rom for politiskdiskusjon. Studien viste til hvordan Instagram som et bildebasert sosialt medium har en helt annen framstilling av politiske budskap, som fører til at innholdet treffer brukeren på en annen måte enn skriftbaserte medier (Wiken, 2020:2). Denne studien vil undersøke nærmere hvorfor man deler politisk innhold for å se om sosial overvåkning har en rolle. Det vil dermed være fokus på andres politiske aktivitet, for å se om det har en innvirkning på ens egne aktivitet på Instagram.

I de fleste studier om sosial overvåkning på sosiale medier har det vært fokusert på Facebook (Marwick, 2012; Lampe, Ellison & Steinfield, 2006; Joinson, 2008). Marwick (2012) som stadfestet begrepet sosial overvåkning, undersøkte hvordan sosiale medier gjør det mulig for brukerne å innhente store mengder informasjon om venner og bekjente. Studien understreket hvordan det å nøye studere innhold publisert av andre og det å studere eget innhold gjennom andres øyne burde bli betegnet som sosial overvåkning. I en studie av Park, Shin og Ju (2015) ble det undersøkt hvordan handlingen av sosial overvåkning og selvovervåkning kan bli brukt for å kartlegge ulike type brukere på tvers av ulike sosiale medier. De mener det eksisterer fire ulike typer brukere som har forskjellig grad av sosial overvåkning og selvovervåkning. Denne studien vil undersøke sosial overvåkning på Instagram og hvilken innvirkning overvåkningspraksisen har i bruken. Marwicks (2012) definisjon av begrepet vil være sentral for studiens analyse av datamaterialet.

1.3 Problemstilling og avgrensning

Temaet for denne studien er sosial overvåkning på Instagram. Overvåkningspraksisens innvirkning på bruken av Instagram vil bli undersøkt gjennom to forskningsspørsmål. Disse forskningsspørsmålene tar for seg to ulike, sentrale bruksområder ved Instagram. Det første forskningsspørsmålet vil undersøke hvilken rolle sosial overvåkning har i framstilling av identitet, fordi hvordan man framstiller seg selv er en viktig del av det å bruke sosiale medier (Aalen, 2013:83). Det andre forskningsspørsmålet vil undersøke hvilken rolle sosial overvåkning har i deling av politisk rettet innhold, fordi sosiale medier bidrar til nye former for politisk aktivisme og nye former for politisk engasjement (Enjolras mfl., 2013:93). Ved å se

på flere sentrale bruksområder kan man få et mer helhetlig bilde av hvilken innvirkning sosial overvåkning har i bruken av Instagram.

Oppgavens problemstilling lyder dermed slik: *Hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Som vil bli besvart gjennom forskningsspørsmålene: 1) *Hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet?* 2) *Hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innhold?*

Ved å fokusere på ulike deler av bruken av Instagram, kan man få en større forståelse og ett mer helhetlig bilde av selve bruken og om sosial overvåkning har en rolle i de ulike bruksområdene. Målet for oppgaven er dermed å undersøke om sosial overvåkning finner sted i bruken av sosiale medier, som Instagram, og dersom den gjør det, hvilken innvirkning overvåkningspraksisen har på bruken. Forskningsspørsmålene vil bli undersøkt gjennom tre analyser. For det første vil jeg se hvordan Instagram blir brukt på en generell basis. For det andre vil jeg se nærmere på prosessen rundt framstilling av identitet på Instagram. For det tredje vil jeg undersøke hvorfor man velger å dele politisk rettet innhold på Instagram. På denne måten vil det være mulig å få et mer helhetlig bilde av bruken av Instagram og dermed undersøke sosial overvåknings rolle i flere bruksområder. De tre delene vil utfylle hverandre og sammen bidra til å besvare hvordan sosial overvåkning er en del av det å bruke sosiale medier, som Instagram.

1.4 Oppgavens struktur

Kapitelene vil bidra på hver sin måte til å besvare studiens hovedproblemstilling. Kapittel 2 vil presentere de teoretiske perspektivene og begrepene som er nødvendige for å få kunne studere hvilken rolle sosial overvåkning har i de ulike bruksområdene til Instagram. Kapitlet er delt inn i tre deler som hver for seg redegjør for viktige perspektiver og begrep som vil bli brukt for å forklare og forstå studiens funn. Første del vil redegjøre for overvåkning og hvordan overvåkningsteorier har utviklet seg. Sosial overvåkningsbegrepet vil og bli definert. I del to vil identitetsbegrepet bli redegjort for og sett på i sammenheng med sosiale medier. Del tre vil redegjøre for politisk aktivisme og presentere bevegelsen #Blackouttuesday, som har blitt brukt som en case for å studere informantenes deltakelse i politiske bevegelser på Instagram. Kapittel 3 vil ta for seg studiens metodiske tilnærming, som er todelt. Først vil valg av en todelt metode bli redegjort for. Deretter vil jeg presenterer hvordan think-aloud

metoden og kvalitative intervjuer har blitt brukt i studien. Dette kapittelet vil og redegjøre for hvordan datamaterialet har blitt analysert.

De tre neste kapitlene tar for seg analyse av funnene. Hvert av kapitlene vil se på Instagrams ulike bruksområder. Kapittel 4 tar for seg den generelle bruken av Instagram med fokus på handlingen av å scrolle gjennom nyhetsstrømmen. Videre vil kapittel 5 og 6 fokusere på hvert sitt forskningsspørsmål for å se på den større bruken av Instagram. Kapittel 5 vil ta for seg forskningsspørsmålet: *hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet?* Dette vil bli gjort gjennom å se på informantenes tankegang rundt prosessen av å publisere ett innlegg. Kapittel 6 vil ta for seg det andre forskningsspørsmålet: *hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innhold?* Dette vil bli gjort ved å undersøke informantenes tanker om deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday og hva de tenker om Instagram som en plattform for politisk aktivitet. De tre analysekapitlene vil sammen gi et større bilde av bruken av Instagram. Til slutt vil kapittel 7 konkludere funnene og besvare studiens hovedproblemstilling: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?*

Kapittel 2: Teoretiske begrep og perspektiver

I dette kapittelet vil jeg presentere de teoretiske perspektivene og begrepene som er nødvendige for å besvare oppgaves problemstilling, samt forskningsspørsmålene. For å besvare hovedproblemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Og de underordnete forskningsspørsmålene: 1) *hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet?* Og 2) *Hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innholde*, er kapittelet delt inn i tre hoveddeler som fokuserer på hvert sitt tema. Disse temaene har hver sin tilknytting til de ulike delene av problemstillingene. Teoriene har som hensikt å skape en teoretisk forankring og forståelse, som vil være viktige i oppgavens analyse av datamaterialet som har blitt innhentet.

Før begrepet sosial overvåkning kan bli definerte er det viktig med en grunnleggende forståelse av hva overvåkning er. Dermed vil første del av kapittelet gi en definisjon på begrepet overvåkning. Deretter vil utviklingen av overvåkningsteorier bli redegjort for. Ved å presentere hvordan teknologisk utvikling har hatt en innvirkning på overvåkningspraksiser, kan man se hvordan det har utviklet seg til ulike former for overvåkning. Til slutt vil begrepet sosial overvåkning bli definert. Andre del av kapittelet skal se nærmere på identitetsbegrepet, sett i sammenheng med bruken av sosiale medier. Fokuset vil være på hvordan sosiale medier kan bli brukt for framstilling av identitet. Identitetsbegrepet vil også bli sett på i lys av sosial overvåkning. Til slutt tar kapittelet for seg politisk aktivisme på sosiale medier. Denne studien fokuserer på hvorfor man deler politisk rettet innhold. Det vil dermed ikke være fokus på meningsdannelse eller hvordan man tolker politisk innhold. Likevel er det relevant med en kort redegjørelse for hvilke egenskaper politisk aktivisme på sosiale medier har, og hvilke konsekvenser det har på politisk deltakelse og engasjement. Ettersom studien bruker bevegelsen #Blackouttuesday som et eksempel på deling av politisk rettet innhold, vil denne politiske bevegelsen bli presentert.

2.1 Sosial overvåkning

Før begrepet sosial overvåkning blir definert, vil det bli gitt en generell definisjon av hva overvåkning innebærer. Hensikten er å skape en teoretisk forankring, som vil gi en bredere forståelse om hva overvåkning er og hvordan det er mer enn bare ett sett med handlinger. Videre vil jeg se nærmere på overvåkningsteorier, for å vise utviklingen av ulike former for overvåkningspraksiser. Dette leder frem til en definisjon av begrepet sosial overvåkning. Ved

å ta i bruk den allerede etablerte teoretiske grunnmuren om overvåkning, vil jeg se nærmere på hvordan sosial overvåkning er en overvåkningspraksis, men også hvordan den skiller seg fra den mer generelle formen.

2.1.1 Hva er overvåkning?

Det engelske ordet for overvåkning, *surveillance*, stammer fra det franske verbet *surveiller* som betyr å våke over (Lyon, 2007:13). Betegnelsen har relasjoner til det latinske begrepet *vigilare* som viser til noe skummelt eller truende som gjemmer seg bak noe. Det er dermed ikke rart at flere assosierer overvåkning med negative handlinger og praksiser som hemmelighold, spionasje eller angrep på privatlivet (Marx, 2015:734). En konvensjonell forståelse av overvåkning er at det viser til en prosess av å innhente informasjon om andres adferd (Lyon, 2007:13), men det kan også bli forstått som et hierarkisk maktsystem, som blir ofte representert ved bruk av metaforer som *Big Brother* og *Panopticon* (Albrechtslund, 2008). De fleste teoretikere innenfor feltet er enige om at overvåkning handler om mer enn bare å nøye våke over noen, det innebærer ofte et ønske om kontroll eller regulering av adferd (Monahan & Murakami Wood, 2018:xix).

Lyon definerer overvåkning slik: «... it is the focused, systematic and routine attention to personal details or purposes of influence, management, protection or direction. » (Lyon, 2007:14). Lyon (2007) forklarer overvåkning som noe fokusert, ettersom praksisen som oftest er rettet mot enkelte individer. Handlingen av å overvåke er systematisert, grunnet dens oppmerksomhet til personlige detaljer. Det er ikke en tilfeldig, men en bevisst handling som tar forbehold om spesifikke teknikker og protokoller. Til slutt er prosessen av overvåkning rutinebasert, det har blitt en normal del av hverdagen. Definisjonen peker også på hvordan handlingen av å overvåke er knyttet opp til ett spesifikt formål. Dette formålet varierer ut ifra situasjonen og hvem som foretar overvåkingen. Formålet er ofte relatert til ønske om å påvirke, lede eller kontrollere subjektet som bli overvåket. Dette formålet er nødvendigvis ikke ondsinnet, selv om de fleste har negativ assosiasjoner til overvåkningspraksiser (Lyon, 2007:15).

Utover dette er overvåkningspraksisen ofte knyttet opp til bruken av informasjonsteknologier. Bruken av ulike teknologiske verktøy øker kapasiteten for overvåkning, og kan være med på å fremme bestemte typer for overvåkning. Teknologiens utvikling kan også bidra til å endre overvåkingens karakter eller skape nye former for overvåkning (Lyon, 2007:15). Ny

teknologi kan og føre til en prosess hvor overvåkning blir normalisert. Bruken av smarttelefonen er et godt eksempel på dette (Lyon, 2018:110). Sosiale mediers framvekst har også hatt påvirkning på overvåkningen utvikling, ved at det å bli sett og det å se har blitt en livsstil (Lyon, 2018:2). Etersom de fleste sosiale medier legger til rette for publisering av personlig informasjon, samt overvåke informasjon delt av andre.

Man kan også forstå overvåkning som et hierarkisk maktsystem, som tydelig referer til et vertikalt maktforhold mellom den som utfører overvåkningen og den som blir overvåket. Denne måten å se på overvåkning legger makten i hendene på den som overvåker, hvor den som blir overvåket er mer eller mindre et objekt som blir kontrollert (Albrechtslund, 2008).

Marx (2015) på sin side mener at den mest generelle formen for menneskelig overvåkning kan bli definert som en oppmerksomhet til andre med et ønske om å innhente informasjon som er knyttet til individet som blir overvåket. Videre mener han at moderne definisjoner av begrepet er for smale og ofte knyttet opp til målet om makt og kontroll. Makt er ikke det eneste formålet med overvåkning, men ett av mange ulike mål eller konsekvenser av overvåkning. Selv om autoritet og makt gir en større mulighet for innhenting og bruk av informasjon, mener Marx (2015) at definisjonen av overvåkning som hierarkisk eller sosial kontroll er utilstrekkelig.

For å gi en bredere definisjon av generell overvåkning henter Marx (2015) inspirasjon fra Sartres *The Look* (1993) hvor forfatteren skiller mellom strategisk og ikke-strategisk overvåkning. Sistnevnte handler om ens rutinemessige, instinktive ubevissthet av å ha sansene klare til å motta øyeblikkelige innspill fra miljøet rundt oss (Marx, 2015:735). Dette kan være lukten av røyk eller være på utkikk etter mistenkelig adferd i hverdagen. På den andre siden, er strategisk overvåkning en mer bevisst handling hvor man er på søken eller ønsker å innhente informasjon. Innenfor denne kategorien kan man se en tydelig forskjell på det som er kjent som tradisjonell overvåkning og moderne overvåkning, på engelsk kalt *new surveillance*. Eksempel på moderne overvåkning er sosiale medier som gjør det mulig å observere andre brukere (Marx, 2015:735). Moderne overvåkning er mer intensiv og omfattende, og innebærer henting av større data og informasjon. Teknologi gjør den overvåkende part mindre synlig, og subjektet for overvåkning mer uvitende. Denne formen for overvåkning kan man se på som gransking av individer eller grupper gjennom teknologi for å innhente eller skape informasjon (Marx, 2015:735). Marx definisjon av overvåkning

strekker seg videre fra målet om makt eller kontroll, men også bort fra den rutinemessige overvåkningen som skjer i hverdagen. Han fokuserer mer på hvordan formålet med overvåkning er en bevisst handling av å innhente eller skape informasjon.

Ved å se på Lyon og Marx definisjoner ser man tydelig at overvåkning handler om mer enn bare å ha et overvåkende blikk over noen. Der Lyon (2007) utdyper at overvåkning blir gjort for å oppnå et mål om makt, kontroll eller manipulering, mener Marx (2015) at dette er en utilstrekkelig definisjon. For Marx (2015) mener at formålet med overvåkning er informasjonsinnhenting, hvor både Lyon og Marx mener at den teknologiske utviklingen har gitt nye verktøy til å utføre overvåkningen. Der Lyon (2018) understreker at nye verktøy har bidratt til at overvåkning har blitt normalisert, er Marx (2015) opptatt av at teknologi har gjort den overvåkende part mindre synlig for den som blir overvåket. En kan dermed kort definere overvåkning som en fokusert handling for å innhente informasjon for å oppnå et vist mål, hvor faktorer som makt relasjoner, teknologi og praksiser påvirker hvordan innhenting av informasjon blir gjort. Lyon og Marx er ikke de eneste som har prøvd å definere overvåkning, og flere har prøvd å forstå hva overvåkning er og hvordan det fungerer i samfunnet.

2.1.2 Overvåkningsteoriens utvikling

Overvåkningspraksiser er nært knyttet til den pågående teknologiske utviklingen, og dette har hatt en stor innvirkning på hvordan man skal forstå overvåkning. Etersom teknologien er i stadig utvikling, vil overvåkning som en praksis bli revurdert regelmessig slik at det er mulig å få et relevant perspektiv på hvordan overvåkning blir til og hvilken rolle den har i samfunnet (Galic mfl. 2017:26). Begrepet overvåkning blir ofte brukt som en paraplybetegnelse for flere former for denne praksisen. Ved å se på overvåkningsteoriens utvikling kan man få en bredere forståelse av hva konseptet innebærer.

Man kan dele det teoretiske rammeverket for overvåkning inn i tre tematiske faser. De to første fasene (Bentham, 2018; Foucault, 1991; Deleuze & Guattari, 1987; Haggery & Ericson, 2000) ønsker å finne kjennetegn ved overvåkning gjennom omfattende teori, som senere blir utdypet og utfordret i den tredje fasen (Albrechtslund, 2008; Marwick, 2012). De tre fasene ønsker å belyse ulike måter å forstå overvåkningskonseptet og dens innvirkning på samfunnet, som igjen kan gi en klarere forståelse av hva overvåkning egentlig er (Galic mfl. 2017:9-10). Denne oppgaven vil fokusere på den første og tredje fasen. Den andre fasen er ikke relevant for denne oppgaven. Den første fasen legger en grunnmur for videre utvikling av

overvåkningsteorier, hvor den tredje fasen senere redegjør for hvordan overvåkning ikke er en form for praksis, men sammensatt av flere ulike former.

Den første fasen utviklet en teoretisk forankring for senere overvåkningsteorier som fremdeles blir brukt i dag, for å kunne gi mening til overvåkning som et fenomen. Fasen bygger på Benthams teorier om *Panopticons*, som er en av de mest brukte metaforene for overvåkning. Teorien spiller på et spesifikt design av en sirkulær fengselsbygning, med et vaktårn i midten hvor en fengselsbetjent alltid har ett øye over all aktivitet (Galic mfl. 2017:10-11). Her blir overvåkning gjennomført fra ett enkelt punkt, og via det spesifikke designet skaper det en illusjon om at fangene er under konstant overvåkning, som førere til en utvidet form for makt til fengselsbetjenten (Galic mfl. 2017:12).

Foucault bygger videre på Benthams konsept om fengselets panoptikon, og trekker det inn i sine teorier om *panopticism*, som ser på den all-seende som en stor del av overvåkning (Galic mfl., 2017:12). Han definerer panopticism som

«... a type of power that is applied to individuals in the form of continuous individual supervision, in the form of control, punishment, and compensation, and in the form of correction, that is, the modelling and transforming of individuals in terms of certain norms...» (Foucault, 2002, referert i Galic mfl. 2017:12).

Både Bentham og Foucault sine teorier om overvåkning bygger på formålet om makt og kontroll over andre individer. Dette støttes opp av Foucault sin definisjon av *panoptic* som referer til å se alt, alle, alltid (Foucault, 2006, referert i Galic mfl. 2017:12). Panoptikonmodellen skaper ett godt rammeverk for videre diskusjon av overvåkningsteori, som man kan bygge videre på for å forstå hvordan overvåkning har utviklet seg i moderne tid. Et eksempel på dette er hvordan overvåkning har blitt en større del i bruken av sosial medier. Modellene støtter også oppunder tanken om overvåkning som et hierarkisk maktsystem, ettersom den gir makten til den som gjør overvåkingen.

Den tredje fasen hadde ikke som mål å utvikle nye teorier eller rammeverk, det var mer et ønske om å forbedre eller tillegge nye ideer. Innenfor denne fasen menes det at overvåkning har utviklet seg til ulike former for praksis. Som innebærer alt fra et mer moderne syn på Panoptikonmodellen til digital overvåkning. Det er og større fokus på bruker-rettete

perspektiver og deltagelse rundt praksisen (Galic mfl., 2017:11). Det understrekes at man må se på mer enn bare overvåkning i sammenheng med teknologi for å kunne forstå hvordan ulike former for overvåkning fungerer i samfunnet. Overvåkning er noe mer enn et teknologiavhengig konsept, men det er tydelig at ideer om overvåkning har blitt endret i takt med nye teknologier (Galic mfl. 2017:26). Et godt eksempel på dette er fremveksten av sosiale medier, som har endret hvem som ser og blir sett, og hvem som sitter med makten.

Gjennom sosiale medier har brukeren frivillig latt seg selv bli våket over av andre brukere, samtidig som de selv ser på andre (Galic mfl. 2017:27). Ved å videreutvikle Bentham's teori om Panoptikon, hvor en-ser-mange, har sosiale medier gitt muligheten for at mange-ser-mange, hvor åpenheten og delingen av informasjon har blitt ett bevisst valg (Galic mfl. 2017:29). Albrechtslund (2008) ser på dette skiftet til mange-ser-mange, som en ny måte å forstå overvåkning. Han argumenterer mot det vertikale maktsystemet som ofte er knyttet opp til praksisen. Albrechtslund (2008) trekker frem hvordan det tradisjonelle synet på et vertikalt maktsystem er til fordel for mennesket som gjør overvåkning og personen som overvåkes blir redusert til et maktesløst objekt, som er under kontroll. Sosiale medier utfordrer dette konseptet, ettersom det er en gjensidighet mellom brukerne av plattformene, som fører til en mer flat struktur. Ser man på sammenhengen mellom sosiale mediers brukerstyrte praksiser, fokus på delingspraksiser i motsetning til informasjonshandel og gjensidighet får man det Albrechtslund (2008) har innført som *deltakende overvåkning*. Det finnes flere ulike måter å se på dette fenomenet av overvåkning, og hvordan sosiale medier har fått en viktig rolle. En av de er Alice Marwick (2012) og hennes definisjon av sosial overvåkning, som vil bli diskutert nærmere senere i kapittelet.

Sosiale medier er en interessant arena å studere i sammenheng med overvåkning. Dette fordi bruken av plattformer som Instagram involverer mange ulike former for overvåkning. Hvem som gjør overvåkingen kan inkludere venner og bekjente, samt overvåkning fra selve sosiale mediet man bruker (Trottier, 2011:59). Gjennom sosiale medier deler brukerne meninger, ideer og viktige hendelser fra livet. Dette er viktig informasjon som plattformer som Instagram eller Facebook, sammen med ens klikkadferd, bruker for å skape detaljrike beskrivelse av adferdsmønster, kalt adferds data. Denne informasjon blir brukt for å forbedre selve mediet, samt bli solgt til tredjepartsorganisasjoner (van der Schyff & Flowerday, 2019:1). Zuboff (2019) kaller sosiale mediers forvandling av menneskelige erfaringer til adferds data, for *surveillance capitalism*. Overvåknings kapitalisme viser til hvordan denne

adferds dataen blir omgjort til *prediction products* som forutsier hva man som brukere vil gjøre i nåtid eller fremtid. Videre vil dette datamaterialet bli solgt gjennom en ny markeds plass *behavioral future markets* (Zuboff, 2019:8). Overvåkning gjennom sosiale medier blir dermed gjort av både brukere av plattformen, samt av plattformen selv.

Denne oppgaven vil fokusere på overvåking mellom individuelle brukere, ikke overvåkning fra plattformen mot brukerne. Overvåkningspraksisen mellom brukerne på et sosialt medium er ikke ondsinnet. For ved å dele, kommentere og like andres innhold på sosiale medier, engasjeres brukerne til å fortsette å bruke de ulike plattformene. Dette fører til at ideen om å bli sett og fulgt er en positiv forutsetning ved bruken, og ikke ett negativt aspekt (Galic mfl. 2017:30). Marwick (2012) har definert dette fenomenet med å overvåke og bli overvåket på sosiale medier som sosial overvåkning.

2.1.3 Hva er sosial overvåkning?

Sosiale medier gir brukerne av plattformene mulighet til å dele informasjon og innhold, samt følge med på innholdet delt av andre. Marwick (2012) argumenterer for at denne delen av sosiale medier, at man som bruker nøyere studerer innhold publisert av andre og studerer eget innhold gjennom andres øyne, burde bli sett på som en form for overvåkning. Hun betegner denne overvåkningspraksisen som sosial overvåkning. I følge Marwick (2012) er sosial overvåkning bruken av sosiale medier for å følge med på venner, familie eller andre relasjoner og hva de holder på med. Sosiale medier er utviklet for at brukere skal kunne kontinuerlig våke over innholdet og de digitale fotsprene som menneskene de er knyttet til på sosiale medier deler (Marwick, 2012:378).

Marwicks (2012) definisjon av begrepet sosial overvåkning har sitt utspring fra tidligere studier gjort på bruken av Facebook (Joinson, 2008; Lampe, Ellison & Steinfield, 2006). Joinson (2008) så nærmere på motivasjonen for å bruke og bruken av plattformen Facebook. Studien viser at de fleste bruker Facebook til å holde kontakten med og for å få informasjon om venner og nære-relasjoner. Lampe, Ellison og Steinfield (2006) studerte nærmere hvordan Facebook ble brukt til *social browsing* og *social searching*. På den ene siden brukte de som bedrev med social searching plattformen til å innhente informasjon om spesifikke individer som de allerede hadde kontakt med i det virkelige liv. På den andre siden, brukte de som bedrev social browsing plattformen til å finne grupper eller mennesker som de kunne få en

kontakt med i det virkelige liv (Lampe, Ellison & Steinfield, 2006:167). Denne studien på sin side tar utgangspunkt i Marwick (2012) sin definisjon av begrepet sosial overvåkning.

Slik Lyon (2007) definerte overvåkning er sosial overvåkning på samme måte en fokusert, systematisert og rutineorientert oppmerksomhet til andre menneskers personlige detaljer. I en tradisjonell forståelse av overvåkning er formålet ofte kontroll eller makt over andre, sosial overvåkning på sin side handler om å følge med på hva venner, bekjente og andre gjør. Sosial overvåkning kan skilles fra tradisjonell overvåkning via tre karakteristikk; makt, hierarki og gjensidighet (Marwick, 2012:381-382).

Innenfor det man kjennetegner som tradisjonell overvåkning, som definert av Lyon (2007) tidligere i kapittelet, ligger ofte makten hos den som gjør overvåkingen. I sosial overvåkning er det en forutsetning at makten er flytende og strømmer gjennom de ulike sosiale relasjonene. Slik sosiale medier er oppbygget, får alle brukere av en plattform de samme verktøyene, som fører til en gjensidig handling av å våke over. Denne formen for maktrelasjoner kan man referer til som *omnioptikon*, hvor mange ser mange (Marwick, 2012:383). Gjennom sosial overvåkning ser man på makt som en iboende del av alle sosiale forhold (Marwick, 2012:379). Dermed skiller sosial overvåkning seg fra tradisjonell overvåkning ved at makt ikke tilhører den som overvåker, men heller noe som er tilknyttet hvert individ som bruker av sosiale medier. Det er nemlig individene som har makt over hva som blir delt og hvilken informasjon de velger å dele, samt hvem som kan se dette innholdet.

I den generelle definisjonen av overvåkning (Lyon, 2007; Marx, 2015) er det tydelig et vertikalt hierarkisk maktsystem, hvor ofte praksisen av overvåkning skjer oven-fra og ned. Dette fører til en betydelig makt ubalanse mellom de som innhenter informasjon via overvåkning og den gruppen som blir overvåket. Sosial overvåkning skiller seg ut på sin side med at makten er flytende og at overvåkingen skjer mellom individer med ofte lik sosial status (Marwick, 2012:383). Likevel vil det være modeller av hierarki innenfor sosial overvåkning som strekker seg utover sosial status, rase eller kjønn. Sosiale mediers bruk av begrep som *følgere* og *venner* om relasjoner mellom brukere er med på å flate ut maktforskjeller i ellers tydelige sosiale roller, som foreldre og barn eller sjef og ansatt (Marwick, 2012:384). Innenfor sosial overvåkning er det dermed ikke et tydelig hierarki eller makt ubalanse, ettersom denne modellen av overvåkning forgår mellom individer med ofte lik status og ikke en aktør over et subjekt.

Til slutt skiller sosial overvåkning seg fra tradisjonell overvåkning ved at det er en gjensidighet mellom brukerne av et sosialt medium. Brukere av slike plattformer blir en del av et publikum hvor man som deltager både konsumerer og deler innhold. Som en bruker av et sosialt medium vil man lese, kommentere eller *like* andres innhold, men samtidig selv dele eget innhold som andre kan lese, kommentere eller *like*. Den informasjonen man innhenter kan påvirke synet man har på andres identitet eller liv (Marwick, 2012:384). Dermed vil de som driver med sosial overvåkning dele eget innhold som igjen vil bli overvåket av andre (Marwick, 2012:382). Gjensidigheten mellom brukere av sosiale medier er kanskje det som skiller sosial overvåkning mest fra tradisjonell overvåkning. Ettersom det er en praksis hvor man overvåker og selv blir overvåket, og at man godtar denne praksisen. Som bruker velger man selv å dele innhold, og da velger man også frivillig at dette innholdet blir sett. På samme måte vil man da se innholdet andre publiserer, som fører til at det er en gjensidighet mellom de ulike relasjonene man har på sosiale medier.

Sosial overvåkning er en del av den pågående informasjonsinnhenting og nysgjerrigheten som er en del av det å bruke sosiale medier, gjennom å konsumere innholdet andre publiserer. Sosial overvåkning omfatter både bruk av sosiale medier for deling av innhold, kartlegging av andres innhold og regulering av eget innhold basert på informasjonsinnhenting (Marwick, 2012:382). Sosiale medier skaper også et sted hvor de som blir sett ønsker og forventer at de skal bli sett. Dette kan føre til selvovervåkning for å kunne opprettholde en god balanse av offentlig og privat innhold (Marwick, 2012:379-380). Selvovervåkning viser til hvordan det å ha ett overvåkende blikk over andres innhold kan bli internalisert, og føre til at egne handlinger på sosiale medier kan endres eller forsterkes ved at man anerkjenner at man blir sett (Lyon, 2018:131). For ved selvovervåkning vil individer observere egne handlinger med et publikum i tankene, som kan ha en innvirkning på innholdet de velger å dele (Marwick, 2012:379).

Sosial overvåkning er dermed en del av det å bruke sosiale medier. Det skiller seg fra tradisjonell overvåkning ved at makten er flytende og i større grad tilhører de enkelte individene som brukere. Den sosiale overvåkningen foregår mellom individer som bruker et sosialt medium, ikke mellom større aktører og subjekter. Overvåkning fra et sosialt medium mot brukerne kan man se på som en mer tradisjonell form for overvåkning. Til slutt er det en gjensidighet mellom brukere, som bruker deler man eget innhold som blir overvåket av andre

og man har et overvåkende blikk over innhold delt av andre. Sosial overvåkning kan ha ulike innvirkninger på hvordan vi velger å bruke sosiale medier og hvordan man fremmer en selv. Det er derfor interessant å bruke denne forståelsen av sosial overvåkning til å undersøke nærmere hvordan man faktisk bruker sosiale medier, hvordan man velger å fremme en selv deretter og hvorfor man deler politisk innhold.

2.2 Identitet

Selvrepresentasjon er en stor del av det å bruke sosiale medier. Det er tilnærmet umulig å ikke ta stilling til hvordan man ønsker å identifisere og presentere seg selv (Aalen, 2013:83). Det første forskningsspørsmålene omhandler sosial overvåknings rolle i framstillingen av identitet på sosiale medier, som Instagram. For å kunne besvare dette spørsmålet vil jeg først definere hva identitet er, før jeg skal se nærmere på sammenhengen mellom sosial medier og identitet. Til slutt skal jeg se nærmere på identitet i lys av sosial overvåkning.

2.2.1 Hva er identitet?

Det er mange måter å forstå hva identitet er og det finnes mange ulike teoretiske rammeverk som belyser identitetsbegrepet og prøver å forstå identitetens utvikling. Sosiale medier har blitt en viktig arena for selvframstilling og for å utforske ens identitet. En måte å forstå identitet på er at det betyr en-het eller likhet, og som menneske ønsker man å finne likheter og forskjeller mellom en selv og andre. Inntrykk fra medmennesker og bruken av medier er med på å danne en slik oppfatning om en selv (Gripsrud, 2011:17). For hver gang en samhandler med medier så vil man engasjere seg i identitetsbygging (Markham, 2017:83). Man kan også forstå identitetsbegrepet som ens personlighet eller hvem man er, ens egen selvoppfatning, hvor identitet er det typiske ved en selv. Det er et ønske om å skape et bilde man kan akseptere og leve ut ifra. Identitet kan også defineres som menneskets selvforståelse, og dens plass i sammenheng med det sosiale og kulturelle livet (von Tetzchner, 2020). Identitet er i stor grad knyttet opp til det sosiale livet, ettersom det blir skapt, endret og utviklet i interaksjon med andre (Baym, 2015:2018). Jeg vil nå redegjøre for ulike teoretiske rammeverk for å forstå identitet for denne studien.

Giddens er spesielt opptatt av hvordan mennesker former og forstår ens identitet i et moderne samfunn (Gauntlett, 2008:99). Han mente at identitet ikke er noe gitt, men noe som blir skapt gjennom rutiner og som blir opprettholdt gjennom respektive aktiviteter (Giddens, 1991:53). Identitet er ikke et resultat av ens adferd eller andres reaksjoner på denne adferd, men det er

ens kapasitet til å holde en fortelling, narrativ, gående. Narrativet vil kontinuerlig tilegne seg erfaringer fra situasjoner i daglig livet, for å fortsette historien om en selv og forme ens identitet (Giddens, 1991:52). Videre mener Giddens (1991) at identitet ikke er ett sett med egenskaper eller observerbare trekk som er tilegnet individet, men individets egen forståelse av ens fortelling om dem selv, deres biografi. Setter man dette i lys av sosiale medier er det interessant å undersøke om ens egne profiler på ulike plattformer er en utvidelse av ens biografi, og hvordan dette narrative kontinuerlig konstrueres ut ifra hvordan man ønsker å bli oppfattet av ens venner eller følgere. For identitet blir skapt ved at man skaper, former og opprettholder et sett med narrativ som utgjør historier om hvem man er og hvordan man ble slik (Gauntlett, 2008:107), og på sosiale medier er det kanskje viktig å opprettholde dette narrative.

Goffman (1959 [2016]) på sin side er kjent for sin dramaturgiske tilnærming for å forstå identitetsbegrepet. Han brukte terminologi fra teateret for å få en dypere forståelse av *selvet* og hvordan det blir utspilt i ulike sosiale settinger. Goffmann (1959 [2016]) mener at ens identitet og rolle i det sosiale livet kan bli sett på som et teaterstykke, hvor identitet blir framstilt ulikt på *front stage* og *back stage*. Selvrepresentasjon blir da sett på som en pågående prosess som utvikles gjennom ens fremtreden på scenen og bak scenen (Markham, 2017:93). *Front stage* viser til at man går inn i en rolle som passer de allerede etablerte karakteristikkene knyttet til den bestemte rollen. Disse egenskapene er etablert ut ifra en bestemt situasjon og det publikumet som er knyttet opp til situasjonen (Goffmann, 1959 [2016:550]). *Back stage* viser til at man ikke trenger å forholde seg til ett publikum, som gjør at man kan slappe av og gi slipp på skuespillet, altså gå ut av karakter (Appelrouth & Desfor Edles, 2016:545). Goffmans (1959 [2016]) tanker om *front stage* handler da enkelt om at man som individ går inn i ulike roller når man er på en scene og publikums forventninger er med på å endre hvordan man presentere en selv. I *Back stage* på sin side, kan man legge bort publikums forventninger. Goffmans (1959 [2016]) dramaturgiske tilnærming til identitet er interessant å se i lys av bruken av sosiale medier. For hvor stor rolle har publikummet på hva som blir publisert eller hvordan man velger å fremstille seg selv? Det at man blir sett, våket over, av andre har i følge Goffman (1959 [2016]) virkning på hvilken rolle man velger å tre inn i, men er det slik i den faktiske bruken av sosiale medier?

Til slutt kan man forstå identitet via filosofen Hegel, som ser på det som et produkt av en endeløs prosess av eksternalisering og internalisering. Han mener at man som menneske

velger å eksponere seg til verden og lærer av hva som skjer i samspill med andre (Markham, 2017:87). Aspekter som eksterne referanser og hva man gjør i dagliglivet har dermed stor innvirkning på identitetens utvikling. For Hegel vil det å oppnå den mest autentiske formen av en selv være hardt arbeid. Når man eksponerer seg, vil man bli dømt av andre, og det kan oppstå situasjoner hvor man ikke blir oppfattet slik man ønsker. Det vil si at selv om man legger innsats i hvordan man ønsker å bli oppfattet og «kurerer» ens identitet, vil man ikke alltid bli tolket som den man vil være av andre (Markham, 2017:84-85). De samme prinsippene kan man trekke inn i bruken av sosiale medier. Ved å selv publisere innhold, som ofte er personlig, tar man et valg om å eksponere seg selv og lar andre tolke det ut ifra egne forutsetninger. Framstillingen av ens identitet på sosiale medier handler om hva man velger å publisere og hvordan man velger å gjøre det. Man kan argumentere for at Hegel er enig i at sosiale medier er en viktig arena for fremstilling av identitet og utvikling. For han mente at identitet handler mer enn bare hvem du er, men også hva du gjør og hvilke valg man tar. Der identitet viser til en varig prosess av utvikling og endring (Markham, 2017:88-89).

I denne oppgaven er identitet den delen ved en selv som skiller en fra alle andre, men den er i stadig utvikling og blir påvirket av flere ytre faktorer. Utviklingen av ens identitet er en endeløs prosess hvor man lærer av samspill med andre. Man kan forstå identitet som ens biografiske narrativ eller de rollene man trår inn i i dagliglivet. Det handler om hvem man er og hva man gjør. Som nevnt er framstillingen av identitet en viktig del av bruken av sosiale medier, men hvordan velger man å fremstille seg selv på disse plattformene?

2.2.2 Identitet og sosiale medier

Sosiale medier er designet slik at det ikke er mulig å bruke plattformene uten å ta valg om hvordan man ønsker å fremstå. Slike plattformer skiller *selvet* fra den man er i virkelighet, til et selv som kun eksisterer gjennom det innholdet man publiserer. Denne formen for selvrepresentasjon gjennom sosiale medier har åpnet opp for nye muligheter til å utforske og utvikle en selv (Baym, 2015:118). Sosiale medier er bygget for at brukerne blir nødt til å ta aktive valg om hvordan man ønsker å bli oppfattet, gjennom det man publiserer. Det er spesielt to egenskaper ved slike plattformer som kan trekkes frem. For det første har man et potensielt stort publikum som får tilgang på innholdet man velger å publisere. For det andre er dette publikummet satt sammen av personer man har relasjoner til og som man gjerne kommer til å møte i det virkelige liv. Det er ikke en gruppe tilfeldige mennesker. Dette fører

til at man ofte gjerne fremstiller en litt bedre versjon av en selv. Man kan argumentere for at det man deler reflekterer den man ønsker å være, mer enn den man er (Aalen, 2015:56-57).

Ens mulighet til framstilling av identitet er begrenset til hvilke verktøy som er tilgjengelig på de ulike sosiale mediene. Ulike plattformer vil gi ulike måter å konstruere en digital identitet (Baym, 2015:124). På Instagram er det viktigste verktøyet for framstilling av identitet bildene eller videoen som blir publisert, sammen med den tilhørende bildeteksten. Innholdet som en bruker publiserer er tilgjengelige for alle relasjonene man har på plattformen. Dermed er det sammensetningen av bildene, videoen, de tilhørende bildetekstene og den informasjonen brukeren velger å dele i profilbeskrivelsen verktøyene som er tilgjengelig for å konstruere en identitet. Hva de velger å dele på denne plattformen eller andre sosiale medier er med på å skape et offentlig bilde, hvor man får muligheten til å framstille ens identitet (Baym, 2015:124). Denne framstillingen kan representere en bedre versjon av en selv (Aalen, 2015:56), eller en ideale versjon av en selv (Baym, 2015:129), men de færreste prøver å helt og holdent lyve om hvem de. Sosiale medier gir brukerne muligheten til å manipulere hvordan de ønsker å bli oppfattet av andre, og dette ønsket er nødvendigvis ikke ondsinnet, men handler om å framstille en selv fra sine beste sider eller slik de selv tror de er.

2.2.3 Sosial overvåkning og identitet

Brukere av sosiale medier fremstiller seg selv med håp om å påvirke hvordan andre oppfater dem (Aalen, 2015:66). Ved å bruke sosiale medier vet man at man blir sett av andre. Dermed vil man publisere innhold med ett publikum i tankene. Dette kan føre til at man skreddersy innholdet, med tanke på hvilket bilde man velger, hvordan man redigerer bildet og hvordan man skriver bildeteksten. Mye av tiden på sosiale medier går til å følge med på hva venner og bekjente publiserer av innhold. Både det å publisere til andre og å følge med på hva andre publiserer er en forventet handling i bruken av sosiale medier. Praksisen av sosial overvåkning gjennom å konsumere innhold andre publiserer, kan føre til at man velger å redigere ens egne selvrepresentasjon deretter (Marwick, 2012:385). Et resultat av dette er en form for selvovervåkning. Denne selvovervåkningen sørge for en balanse mellom hva som kan bli publisert offentlig og hva som er for privat (Marwick, 2012:379).

Hvordan man velger å representere seg selv på sosiale medier, som Instagram, er avhengig av hvilke verktøy som er tilgjengelig for framstilling av identitet. Hvordan de ulike verktøyene blir brukt er igjen avhengig av hvordan en selv ønsker å bli oppfattet. Videre vil hvem som ser

innholdet en publiserer spille en rolle i forhold til hva man velger å publisere, slik at man blir oppfattet på den måten man ønsker. Man vil som oftest ha andre mennesker i tankene når man velger å dele innhold. Hvem man tenker på og hvordan man ønsker å bli oppfattet kan ha innvirkning på hva som blir publisert. Det at man konstant konsumerer innhold andre publiserer kan og ha innvirkning på hva man selv publiserer.

2.3 Politisk aktivisme, sosiale medier og #Blackouttuesday

Det andre forskningsspørsmålet til oppgaven: hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innhold? vil se nærmere på om sosial overvåkning har en innflytelse på deling av politisk innhold på Instagram. Det er derfor vesentlig å legge en teoretisk grunnmur og forankring for å forstå politisk aktivisme på sosiale medier. Denne delen vil se nærmere på nettopp dette fenomenet, før jeg videre vil presentere bevegelsen #Blackouttuesday som har blitt brukt som et utgangspunkt til å se nærmere på deling av politisk innhold. For å kunne få et dypere innblikk i hva informantene mener om bevegelsen, er det viktig å forstå hvordan denne bevegelsen vokste frem og hva den innebar. I denne studien vil det være fokus på hvorfor man velger å dele politisk innhold, ikke på meningsdannelse eller hvordan man tolker eller blir påvirket av innholdet.

2.3.1 Politisk aktivisme på sosiale medier

Sosiale medier har blitt viktige kanaler for mobilisering (Aalen, 2015:235). Det finnes mange eksempler på hvordan slike kanaler har blitt brukt for å mobilisere større grupper mennesker på kort tid. Har man vært bruker av Instagram eller Facebook det siste året har man sett hvordan viktige hendelser har blitt delt i rekordfart på sosiale medier. Da den nye abortloven ble vedtatt i Polen, 28. januar 2021, ba Amnesty International Norway brukere av Facebook og Instagram til å dele denne nyheten og vise at de tar avstand. Deling av innhold på sosiale medier har og gitt mer oppmerksomhet til forferdelige naturkatastrofer, slik da Australia sto i flammer i årskiftet 2019/2020. I tillegg blir delingsfunksjonene til slike plattformer brukt for å spre bevissthet rundt temaer som ikke blir snakket nok om eller kan bli oppfattet som tabu. Dette så man tydelig på kvinnedagen 8.mars da flere kvinner og menn delte ulikt innhold om kvinners rettigheter. Dette var også tydelig 19. november 2020 da det var den internasjonale dagen for menn. Da brukte mange menn denne dagen til å spre informasjon om menns mentale helse. Ofte er disse bevegelsene reaksjoner på større samfunnproblemer, som bevegelsen #blackouttuesday er et godt eksempel på. Dermed er det interessant å se nærmere på hva politisk aktivisme på sosiale medier er og hvilke innvirkninger det har på brukerne.

Enjolras mfl. (2013:91) definerer politisk aktivisme på sosiale medier som: «... den aktiviteten som foregår online gjennom internasjonale, nasjonale eller lokale protestaksjoner og gjennom offline-aktiviteter som gatedemonstrasjoner». Enjolras mfl. (2013:91) har fokusert på hvordan slik aktivitet har fungert på Facebook og stilt spørsmål om hva slik aktivitet betyr. De har undersøkt om politisk aktivisme på sosiale medier når mange som ellers ikke er politisk aktive og om slik aktivisme har en reell påvirkning på mennesker.

Det har vært store bekymringer rundt den yngre generasjonens politiske deltagelse, ettersom de siste tiårene har det vært vesentlige fall i medlemstall i partier og organisasjoner (Aalen, 2015:230). Den yngre generasjonens politiske interesser har ikke forsvunnet, men det har vært en endring i hvordan de tar stilling til det politiske klimaet. Det har skjedd en utvikling fra *pliktoppfyllende* til *selvrealiserende* politisk deltagelse. Den yngre generasjonen har mindre interesse av å binde seg til partier eller hierarkiske organisasjoner. Det er i større grad den enkelte *saken* som er viktig å ta stilling til (Aalen, 2015:230). Noe som også er svært tydelig i hvordan sosiale medier har blitt brukt for å dele politisk rettet innhold som ofte er reaksjoner på alvorlige sosiale problemer (Aalen, 2015:229).

Man kan stille spørsmål om politisk aktivisme på sosiale medier fører til mer engasjement blant brukerne. Debatten om sosiale mediers forandringspotensiale i individers deltagelse og engasjement er svært polarisert. For om man ser på det i lys av *normaliseringstesen* vil forskjellen mellom de allerede politisk engasjerte og de uengasjerte være så satt at sosiale medier ikke kan endre på forskjellene (Enjolras m.fl, 2013:92). Sosiale medier blir da bare enda ett verktøy som blir brukt av de allerede engasjerte brukerne (Aalen, 2015:233). Dette fører til at det kun er de allerede ressurssterke som tar del i debatten, og forskjellen mellom de engasjerte og uengasjerte vil øke (Aalen, 2015:291). *Mobliseringstesen* på sin side ser på sosiale medier som en ny arena til å prøve ut ulike politiske aktiviteter og innhente ny informasjon og kunnskap (Enjolras mfl., 2013:93). Det vil si at det er mulig å skape en interesse eller engasjerte flere via sosiale medier (Aalen, 2015:233). Det som er sikkert er at sosial medier gir en stemme til flere, og at nye former for aktører får muligheten til å spre kunnskap og sine budskap, ved at det er en rimelig form for kommunikasjon (Enjolras mfl., 2013:93). Uansett er det en positiv tendens mellom bruken av sosiale medier og politisk engasjement, ettersom deling av politisk rettet innhold øker sannsynligheten for at flere deltar og at de som allerede er engasjerte har flere verktøy til politiske formål (Aalen, 2015:234).

Politisk aktivisme på sosiale medier kan og føre til *utjevning* mellom de allerede engasjerte og de uengasjerte, og slike aktiviteter kan bidra til at det oppstår nye former for politiskdebatt (Aalen, 2015:219).

Politisk aktivisme på sosiale medier har også fått en del kritikk. Engasjement på sosiale medier blir ofte sett på som *slacktivism*. Dette begrepet betegner en påtatt form for politiskengasjement, som er begrenset til å delta gjennom *likes* og kommentarer (Enjolras mfl., 2013:92). Det er en form for overfladisk engasjement, som kan føre til symbolske handlinger, som deling av bilder eller linker, og gi brukerne en oppfatning om at de har gjort nok (Aalen, 2013:230). Dette kan bli sett på som symbolske handlinger siden de ikke er svært risikofylte eller krevende for brukerne. Men, slike handlinger på sosiale medier er ikke verdiløse. Ved å spre politisk rettet innhold eller annen form for aktivisme kan man bidra til å bekjempe taushetsspiraler eller bryte ned ulike tabuer (Aalen, 2013:231). Deling av kunnskap og informasjon om hva som skjer i samfunnet og annen form for politisk aktivitet kan bidra til at flere velger å ta i bruk sosiale medier for å innhente og dele kunnskap videre. En av de mest vanlige grunnene til at noen velger å sensurere seg på sosiale medier er at de ikke føler at de har nok kunnskap om saken (Aalen, 2015:221). I tillegg så er det vanskelig å vite hvilke andre handlinger som blir gjort utenom de man ser på sosiale medier. Selv om man har sett at noen deler politisk rettet innhold på sosiale medier, vet man ikke hva vedkommende har gjort utenom.

Instagram har blitt en viktig arena for politisk aktivisme. Det har blitt en møteplass for organisering, deling av kunnskap og opplevelser. Plattformen har og gjort det lettere å nå og engasjere ett yngre publikum. Man så tydelig at Instagram ble brukt til politisk aktivisme i juni 2020 da bevegelsen #Blackouttuesday oppsto.

2.3.3 #Blackouttuesday

For å kunne se nærmere på hvorfor politisk rettet innhold blir delt og om sosial overvåking har en rolle i denne aktiviteten og handlingen, valgte jeg å ta utgangspunkt i bevegelsen #Blackouttuesday. Dette på grunn av hvor fort bevegelsen spredde seg på sosiale medier, bevegelsen brede omfang og at det hele startet på Instagram. #Blackouttuesday tok sted på Instagram 2. juni 2020 hadde sitt utspring fra musikkindustrien, som en dag til ettertanke etter drapet på George Floyd av politiet i Minneapolis 25. mai 2020. Problematikken bevegelsen tar for seg er svært sensitivt og belyser store systematiske urettferdigheter og problemer innad

det amerikanske politisystemet og andre samfunnsstrukturer som har forankret rasisme (Ho, 2020). Det er hensiktsmessig å redegjøre for hva bevegelsen var og hvilken kritikk den mottok, ettersom informantene i denne studien selv hadde mye kunnskap om bevegelsen. Dermed er det viktig å redegjøre for hvordan et initiativ fra musikkindustrien ble en verdensomspennende sosiale medier bevegelse som flommet Instagram med sorte firkanter.

Mandag 1. juni foreslo to afro-amerikanske kvinner som arbeidet i musikkindustrien, Jamila Thomas og Brianna Agyemang, at bransjen skulle ta en pause fra virksomheten 2. juni, som et svar på protestene som herjet i USA etter drapet på George Floyd (Coscarelli, 2020). Dette skulle skje under emneknaggen #TheShowMustBePaused, og i en uttalelse på nettsiden *theshowmustbepaused.com* skriver de to kvinnene om bevegelsen og bransjen:

«An industry that has profited predominantly from Black art. Our mission is to hold the industry at large, including major corporations + their partners who benefit from the effort, struggles and successes of Black people accountable.»

Det var et opprop om at industrien måtte ta en pause for å reflektere og prate sammen for å finne ut av hvordan de kunne samlet vise solidaritet og støtte til *the Black community* (Haylock, 2020). Flere større aktører som Apple, Spotify og TikTok valgte å ta del i blackout initiativet og tok en pause fra arbeidet og posting på sosiale medier 2. juni 2020 (Coscarelli, 2020). Bevegelsen handlet derimot ikke om å logge av sosial medier. Det handlet om å øke synligheten på problematikken og spre informasjon om hvordan man skulle støtte opp under miljøet. Ideen om en dag med blackout for musikkindustrien blomstret til en større protest bevegelse på sosiale medier, som skulle representere et avbrekk fra «normalt» innhold (Lerman, 2020). I denne fasen var ikke en svart firkant del av bevegelsen #TheShowMustBePaused (Haylock, 2020).

Bevegelsen spredte seg fra musikkindustrien til andre kreative bransjer, og flere kjente artister og personer tok del i #TheShowMustBePaused. Samtidig utviklet bevegelsen seg under den mer generelle emneknaggen #Blackouttuesday, og flere kjente personer og bedrifter valgte å ta del ved å enten ikke publiserer eller publisere en svart firkant. Ved at flere kjente personer og influensere valgte å ta del i bevegelsen, valgte følgerene deres å følge etter. Nå med lite informasjon og bare en svart firkant som et eksempel (Haylock, 2020). Denne svarte firkanten skulle symbolisere solidaritet til bevegelsen *Black Lives Matters* og for å vise støtte til

demonstrasjonene rundt omkring i USA (Lerman, 2020). Det originale initiativet ble glemt, og det var den svarte firkanten som tok over bevegelsen og spredde seg over hele verden.

Det som begynte som en reaksjon fra musikkindustrien hvor de skulle ta et avbrekk fra virksomheten, utviklet seg til en verdensomspennende bevegelse hvor sorte firkanter, sammen med emneknaggen #blackouttuesday, ble et symbol på solidaritet til *the Black community* og *Black Lives Matter* bevegelsen. I Norge ble man også møtt med et hav av svarte firkanter da man åpnet Instagram 2. juni 2020.

2.3.4 Kritikk av #Blackouttuesday

#Blackouttuesday-bevegelsen møtte på mye kritikk da flere av brukerne valgte å bruke emneknaggen #blacklivesmatter sammen med den sorte firkanten. Dette førte til at om man valgte å klikke seg inn på denne emneknaggen, som i hovedsak skulle innehold informasjon og kunnskap om hvordan man kunne hjelpe *the Black community*, ble man møtt med et hav av svarte firkanter som presset bort den viktige informasjonen (Lerman, 2020). For selv om bildet i sin originale form var for å vise solidaritet til demonstrasjonene og samfunnet, ble det utviklet til et hinder for annen viktig informasjon. Deltakelsen i bevegelsen ble også kritisert for å være slacktivism. Det ble stilt spørsmål om de som delte en svart firkant gjorde det for å støtte *Black Lives Matter* bevegelsen. I tillegg så følte flere aktivister at #Blackouttuesday ble mer en sosial trend, enn en måte å hjelpe. En følge av dette var at det stoppet samtalen, og flere følte seg forstummet (Ho, 2020). I tillegg så førte spredningen av den sorte firkanten til mindre informasjon og skapte forvirring om hvordan man kunne delta og bidra til saken (Coscarelli, 2020).

Flere kjente personer valgte å uttale seg og kritisere bevegelsen. En av de var rapperen Lil Nas X som skrev i en twittermelding «... this. Is not helping us. Bro who the hell thought os this?? Ppl need to see whats going on.» her referer han til hvordan emneknaggen #blacklivesmatter var fullt opp med kun svarte firkanter, som ga lite informasjon om hvordan hjelpe demonstrasjonene og vise støtte (Haylock, 2020). Tatianna, en kjent amerikansk drag-artist skrev twittermeldingen «Posting black boxes on Instagram and hashtaggin black lives matter is rendering the hashtag useless. Remove the hashtag so actual BLM posts can be seen.» (Coscarelli, 2020).

Kritikken av bevegelsen var fokusert på hvordan havet av de svarte firkantene utviklet seg til å bli et hinder til å få tak i informasjon om hvordan man kunne støtte og for å få kunnskap om situasjonen som foregikk i USA på denne tiden. Dette var på grunn av at deltakere tok i bruk emneknaggen #blacklivesmatter som var forbeholdt til å informere om BLM bevegelsen og hva man kunne gjøre for å støtte de og deres sak. I tillegg ble selve deltakelsen i bevegelsen kritisert som slacktivism, at flere aktivister mente at det ble gjort lite for å faktisk støtte opp mot de strukturelle urettferdighetene. Det var misnøye fra flere hold som mente at mange av deltakerne mente at det å dele en svart firkant var nok til å vise sin støtte og solidaritet.

Det at #blackouttuesday hadde så verdensomspennende omfang og at bevegelsen ble såpass stor i Norge, gjør at det blir interessant å se hvorfor noen nordmenn valgte å ta del i den. Det er og spennende å undersøke hvorfor noen valgte å ikke ta del i bevegelsen. Med tanke på hvor stor bevegelsen var, så kan man argumentere for at det å ikke delta også var et aktivt valg.

Kapittel 3: Metode

I dette kapittelet vil det blir redegjort hvordan problemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* samt forskningsspørsmålene: *hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet og deling av politisk innhold?* har blitt undersøkt. Ettersom forskningsspørsmålene og problemstillingen tar for seg flere områder i bruken av Instagram, var det naturlig å ta i bruk en kvalitativ tilnærming. Kvalitativ metode gjorde det mulig å komme i dyden på informantenes opplevelser med bruken av Instagram og hvilke tankeprosesser som ligger i grunn i de ulike handlingene som blir gjort på plattformen. Problemstillingen sammen med forskningsspørsmålene vil skape et mer utfyllende bilde av hvordan Instagram blir brukt til framstilling av identitet og hvordan politisk rettet innhold blir delt, som fører til en større forståelse av selve bruken og om sosial overvåkning har en rolle i de ulike bruksområdene. Dette utfordret meg til å ta i bruk kreative metoder for å komme i bunn av tankeprosessene som legges til rette for bruken av Instagram og sosial overvåknings rolle.

Gjennom dette kapittelet vil jeg presentere hvordan studien har blitt gjennomført og hvilke valg som har blitt tatt underveis i prosessen. Videre vil utformingen av intervjuguiden, gjennomføring av pilotintervjuet og rekruttering bli redegjort for, før jeg beskriver analysen av datamaterialet. Først vil jeg redegjøre for valg av metode.

3.1 Valg av metode

Som nevnt har jeg valgt å ta en kvalitativ tilnærming, nærmere bestemt innenfor resepsjonsforskningen. Denne forskningsmetoden har som mål å undersøke hvordan individer skaper og gir mening til et bestemt medieprodukt (Schröder mfl., 2003:148). Dette er relevant til oppgavens overordnede problemstilling, som ønsker å få en dypere forståelse og mening i bruken av Instagram. Resepsjonsforskningen undersøker medieopplevelser gjennom det kvalitative intervjuet. Målet med denne metoden er å se nærmere på informantenes mediebruk, der intervjuet får informantene til å verbalisere deres praksiser og erfaringer (Schröder mfl., 2003:147). J

For å kunne få en dypere forståelse av bruken av Instagram og sosial overvåknings rolle i bruken, har jeg valgt å ta i bruk en kreativ metode inspirert av *think-aloud metoden*, i tillegg til intervju. Valget om å ta i bruk en todelt metode ble gjort ettersom bruken av sosiale medier

er en praktisk handling, som gjør det hensiktsmessig å ta i bruk en praktisk rettet metode for å få innblikk i denne handlingen. Metoden *Think-aloud*, som vil bli nærmere presentert, vil bli brukt for å få et nærmere innblikk i selve tankeprosessene ved bruken av Instagram. Det kvalitative intervjuet skal bli brukt for å gi mening til de ulike bruksområdene ved Instagram som studien tar utgangspunkt i. Det er vanlig innenfor kvalitativ forskning å variere eller ta i bruk flere metoder (Brennen, 2017). Ettersom formålet med kvalitative studier er å fordype seg i hvordan, for eksempel sosiale medier, blir tolket eller opplevd av brukeren. Dermed er det fordelaktig for studien å ha en todelt metode.

3.1.1 Kvalitative dybdeintervjuer

Formålet med studien er å undersøke hvilken rolle sosial overvåkning har i bruken av Instagram, samt hvilken rolle overvåkningspraksisen har i framstilling av identitet og deling av politisk rettet innhold. For å gå i dyden på informantenes bruk av Instagram og få innsikt i sosial overvåkningens rolle, falt valget på det kvalitative intervjuet. Ettersom kvalitative studier ønsker å forstå sosiale og kulturelle praksiser med utgangspunkt i menneskers erfaringer (Gentikow, 2005:38). For å få en dypere forståelse av bruken av Instagram er det viktig at informantene får fortelle sine erfaringer med egne ord. For det er gjennom informantenes verbalisering man får tilgang til deres egne holdninger og tanker rundt bruken. Derfor er det viktig å legge til rette for at informantene får uttrykt seg gjennom sine egne formuleringer (Gentikow, 2005:45). Kvalitative intervju legger stor vekt på informantenes synspunkter og meninger, og det er ofte oppfordret å la samtalen gå forbi de allerede planlagte spørsmålene. Dette gir et større overblikk over hva informantene ser på som relevant og viktig (Bryman, 2016:466-467). Dermed ble det valgt å ta i bruk semistrukturerte, en-til-en intervjuer for denne studien.

Bruken av Instagram kan variere mellom individer. Det er dermed lite sannsynlig at alle informantene har de se samme opplevelsene og erfaringene med bruken av plattformen. Valget falt på en-til-en intervju på grunn av temaene forskningsspørsmålene tar for seg. Identitet og framstilling av identitet er personlige temaer som kan være ubehagelig å diskutere i en gruppe. Ettersom temaene kan bli tolket som svært personlig, så kan det medføre vanskeligheter til å være ærlige i en gruppe-situasjon. Jeg ønsket også å distansere meg fra muligheten om *gruppeeffekten* som kan føre til at noen tar mer plass eller prater høyere enn andre. Fokusgrupper kan og føre til at informantene snakker ut ifra kulturelle synspunkter, individuelle intervjuer vil oppleves som mer personlige og åpne (Bryman, 2016:522).

3.1.2 *Think-aloud* metoden

Think-aloud metoden har sitt opphav i den kognitive psykologien. Ericsson og Simons *Verbal Reports as Data* (1980) undersøkte hvilken effekt verbalisering av tanker har på korttids-hukommelsen. Siden den gang har metoden utviklet seg og blitt tatt i bruk i flere ulike fagfelt som oversettelses forskning (Tirkkonen-Condit, 1990; Jourdenais, 1995), bruker opplevelse (Petrie & Precious, 2010; Zahidi mfl., 2014) og innenfor medieforskningen (Kormelink & Meijer, 2018; Hinostroza mfl., 2018).

Grunnprinsippet for metoden er å identifisere hvilken informasjon som blir skapt under problemløsning og hvordan den informasjonen blir brukt for å legge til rette for problemløsningen. *Think-aloud* blir ofte brukt for å studere individer med ulik grad av erfaring og kunnskap innenfor et spesifikt område (Fonteyn mfl., 1993:430). Metoden har utviklet seg til å ikke lenger kun omhandle problemløsning, men et ønske om å undersøke tankeprosesser ved gjennomføring av en oppgave. Slik som Kormelink og Meijer (2018) ønsket å undersøke tankene bak hvorfor informantene valgte å klikke seg inn på en nyhetsartikkel. Informantene fikk da i oppgave å tenke høyt samtidig som de bladde gjennom nyhetsstrømmene sine.

Ved bruk av *think-aloud* kan man innhente datamateriale gjennom to ulike metodiske tilnærminger; samtids og retrospektive verbale rapporteringer. Samtids vil si at informanten tenker høyt under gjennomføringen av en oppgave, som vil gi datamateriale som er direkte verbalisering av tankeprosessen. På den andre siden vil informantene i retrospektive verbale rapporter forklare tankeprosessen etter å ha gjennomført en oppgave. Styrkene til en samtids tilnærming er at man kan argumentere for at det er ett mer komplett datamateriale man sitter igjen med, retrospektiv tilnærming på sin side kan gi en mer fylldig beskrivelse av informantenes strategier (Fonteyn mfl., 1993:431). Tanken bak *think-aloud* er at man skal få større innsikt i informantenes tankeprosesser i gjennomførelsen av en oppgave, i denne studien, bruken av Instagram. Det er mulig å argumentere for at metoden gir en stor grad av troverdighet til datamaterialet. Ettersom det man sitter igjen med skal kunne reflektere de faktiske tankeprosessene informantene hadde under gjennomføringen av en oppgave (van den Haak mfl., 2003:339). I tillegg så tvinger metoden informantene til å tenke over og verbalisere høyt handlinger fra hverdagen som man kan anta er ubevisste eller ofte automatiserte (Kormelink & Meijer, 2018:681).

I denne studien har jeg blitt inspirert av *think-aloud* metoden og valgt å gjennomføre to oppgaver som resulterer i både samtids og retrospektive verbale rapporter. Jeg har valgt i denne studie å stille spørsmål til informantene om de setter seg fast i oppgaven om å tenke høyt. Dette strider med noen av grunnprinsippene til metoden. Som forsker skal man ha minst mulig innflytelse på informantene under gjennomførelsen av oppgaven, slik at man ikke forstyrrer tankeprosessen (Fonteyn mfl., 1993:434). Det andre som skiller seg ut fra den tradisjonelle *think-aloud* metoden, er at den ene oppgaven omhandlet ikke om å gjøre noe der og da, men forklare prosessen ut ifra hva de pleier å gjøre.

Den første oppgaven informantene utførte tar for seg bruken av Instagram. Informantene skulle tenke høyt samtidig som de bladde gjennom nyhetsstrømmen sin på Instagram. Dette resulterte i en samtids verbal rapport. Det er interessant å undersøke nærmere hva informantene tenker, hvilket innhold de liker og hva slags innhold de følger ekstra nøye med på. I den andre oppgaven skulle informantene forklare tankeprosessen ved deling av innhold på Instagram. Denne oppgaven vil gi innsyn i hvilke steg og valg informantene tar under publisering av innhold. Informantene skal bruke det siste bildet de publiserte som et eksempel, som vil resultere i en retrospektiv verbal rapport. Ved bruk av *think aloud* i en slik studie får man innblikk i en situasjon som oftest er personlig, men også en situasjon hvor man kanskje sjeldent tenker over valgene man tar. *Think-aloud* og dybdeintervjuene vil bli gjennomført i samme økt. Informantene vil først utføre oppgavene knyttet til *think-aloud*. Intervjuet etterpå vil ta for seg ulike temaer og bruksområder innenfor bruken av Instagram. For å se om dette var en lønnsom rekkefølge for studien, valgte jeg å gjennomføre en pilotstudie.

3.2 Pilotstudie

Gentikow (2005) anbefaler å gjennomføre en pilotstudie, slik at man får muligheten til å teste ut informantgruppen, intervjumetoden og intervjuguiden, samt setting og andre viktige faktorer under innsamlingen av datamaterialet. Ved bruk av pilotstudie får man innsikt i nødvendige endringer til metoden eller intervjuguiden. For meg var det en utfordring å bygge opp et så stort forskningsprosjekt og ta i bruk en kreativ metode som *think aloud*. Pilotstudien ga meg muligheten til å se hvilke fallgruver som kunne dukke opp og hvilke grove feil jeg senere kunne unngå, om jeg ikke hadde gjennomført pilotstudien. I denne studien ble

pilotintervjuet gjennomført for å kvalitetssikre intervjuguiden og for å se om rekkefølgen av de to ulike metodene var gunstig. Informanten i pilotintervjuet var mann i alderen 27 år som publiserte gjennomsnittlig fire ganger i måneden på Instagram. Via intervjuet fikk jeg et godt bilde av hva som fungerte og hva som måtte utarbeides utlignere.

Det positive utfallet fra pilotintervjuet var at rekkefølgen av *think-aloud*-oppgaven etterfulgt av dybdeintervjuet gavnet fremgangen i samtalen i særlig stor grad. Årsaken til dette kan være at informanten fikk muligheten til å fortelle om sin bruk av Instagram og formidle sine tanker uten å ha blitt påvirket av en tidligere samtale om temaet. Det førte til at informanten tok en mer selvstendig rolle i intervjuet, og gjorde de mer forberedte på en videre samtale. Derimot viste pilotintervjuet at det var flere aspekter ved intervjuguiden som trengte forbedring og utbygging.

Den første utfordringen som oppstod under pilotintervjuet var at intervjuguiden hadde ett for akademisk språk. Dette opplevde jeg hadde en viss innvirkning på informantens formuleringer. Man kan anta at bruken av veldig akademisk språk kan påvirke informanten selv til å svare mer formelt, som strider med hensikten til intervjuet. Det kan og føre til at informantene ikke forstår spørsmålet, som igjen kan ha en negativ påvirkning på informanten. Ordlyden i intervjuguiden ble da endret, ettersom jeg ønsket mer personlige, ikke formelle, svar fra informantene. Den andre utfordringen var at intervjuguiden var for kort. Pilotintervjuet viste seg å ikke gi godt nok råmateriale. Konsekvensen av dette førte til at jeg ikke fikk et tilstrekkelig innblikk i informantenes bruk av Instagram i sammenheng med sosial overvåknings rolle i bruken. Dermed ble det utarbeidet flere spørsmål og flere underkategorier for å belyse både problemstillingen og underproblemstillingene bedre. Til dette forskningsprosjektet viste det seg å være svært hensiktsmessig å gjennomføre et pilotintervju.

3.3 Informanter

3.3.1 Utvalg

Til studien var det fordelaktig å rekruttere informanter fra den aldersgruppen som hyppigst brukte Instagram. I Norge brukte 40% av den norske voksne befolkningen Instagram daglig i 2021, blant dem var det flere kvinner (60%) enn menn (40%) (Ipsos, 2021). Den aldersgruppen som hadde flest daglige brukere var 18 til 29 år (32%) (Ipsos, 2020). Dette

førte til at jeg valgte å rekruttere informanter fra sistnevnt gruppe. I 2020 var det ti år siden Instagram ble først lansert, så man kan tenke seg dette er en aldersgruppe som har brukt og utviklet seg i takt med plattformen. Dette gir muligheten til å se om bruken har endret seg over tid, som er et interessant aspekt å undersøke. Innad gruppen av informanter ønsket jeg et heterogent utvalg. Det vil si en gruppe informanter med mest mulig variert sammensetning. Med et heterogent utvalg kan man få innsyn i individuelle forskjeller og mønster, som kan vise til både personlige erfaringer og felles erfaringer (Gentikow, 2005:79).

For å kunne undersøke forholdet mellom sosial overvåkning og bruken av Instagram var det viktig at informantene var aktive brukere av plattformen, både med tanke på publisering av innhold og tid brukt. Derfor var det opprinnelig et krav om at informantene skulle publisere gjennomsnittlig fire ganger i løpet av en måned. Et slikt krav viste seg å være vanskelig å opprettholde i rekrutteringsprosessen. Man kan argumentere for at det nå blir publisert færre innlegg på grunn av koronasituasjonen, ettersom den har ført til færre sosiale sammenkomster, som igjen fører til færre situasjoner hvor man tar bilder som man ønsker å publisere. Det kan og være andre faktorer til hvorfor det er få som publiserer så hyppig som fire ganger gjennomsnittlig i løpet av en måned. Det originale kravet ble da endret til gjennomsnittlig seks innlegg løpet av seks måneder, noe som viste seg å være et overkommelig krav. Man kan fortsatt argumentere for at de fortsatt er aktive brukere av Instagram, ettersom kravet legger til rette for måneder med mye publisering og måneder med lite publisering. Det ble ikke satt noe krav om at informantene måtte være politisk interesserte eller nylig hadde publisert/delt politisk rettet innhold. Bakgrunnen for dette var et det var ønskelig å undersøke om individer som både er politisk interesserte og de som ikke ser på en selv som politisk interesserte valgte å dele politisk rettet innhold eller ikke.

3.3.2 Rekruttering

Rekrutteringsprosessen ble gjennomført over flere omganger, grunnet endring i kravene for informanter. På grunn av koronasituasjonen falt valget på å kun ta i bruk sosiale medier. Jeg publiserte innlegg på relevante Facebook-grupper og via egen Facebook-profil for rekruttering. Bruk av innlegg på sosiale medier viste seg å være svært lite fruktbart, som gjorde at jeg selv tok kontakt med informanter via Instagram. Etter den første omgangen av rekruttering via sosiale medier, valgte jeg å ta i bruk snøballmetoden. Som omhandler å ta i bruk sine nære relasjoner og ber dem om å få tak i en ny kontakt og sette forskeren i forbindelse med denne informantene (Gentikow, 2005:80). Denne metoden for rekruttering

hjalp med innsamling av informanter, i tillegg førte til tilgang på informanter utenfor Bergen og omegn. En av svakhetene var at det førte til et ganske homogent utvalg med tanke på alder og livssituasjon.

Ettersom rekrutteringsprosessen var så omfattende og utfordrende ble jeg nødt til å ta i bruk de informantene jeg hadde tilgjengelig via de ulike fremgangsmåtene. Med tanke på å få et mest heterogent utvalgt ville det vært ideelt med lik fordeling mellom menn og kvinner med ulike livssituasjoner og alder. Til slutt endte jeg opp med seks kvinner og fire menn, alle rundt samme alder. Majoriteten var studenter. Informantene i forskningsprosjektet har blitt anonymisert og fått fiktive navn.

Kristine (23)	Student
Thomas (23)	Student
Peder (23)	Student
Susanne (26)	I arbeid
Fredrik (24)	Student
Trine (22)	Student
Maria (23)	Student
Anders (24)	Permisjon fra studiene
Pernille (19)	Friår
Frida (23)	Student

3.4 Semistrukturerte intervju

Som nevnt bestod intervjuene med informanten av to ulike metodiske tilnærminger, *think-aloud* og kvalitative dybde intervju, der intervjuguiden ble utformet ut ifra dette. Første del av intervjuet tok for seg *think-aloud*. Informantene fikk to ulike oppgaver; tenke høyt samtidig som de bladde i sin egen *feed* og forklare prosessen av publisering av eget innhold hvor de brukte det siste bildet de publiserte som et eksempel. Dybdeintervjuet ble utformet med tanke på en semistrukturert intervjuguide. En slik tilnærming skiller seg fra et strukturert intervju ved at det er en større frihet og fleksibilitet i hvordan man velger å ta i bruk intervjuguiden. I tillegg har man i et semistrukturert intervju muligheten til å ta i bruk oppfølgingsspørsmål for å gå dypere inn i samtaleemnene og lar informantene ha større kontroll over hvor samtalen fører. Man får og større mulighet til å få forklaring på hva informantene mener (Brennen,

2017). Intervjueguiden hadde seks kategorier av ulik størrelse. Hver enkelt kategori inneholdt flere hovedspørsmål og forslag til oppfølgingsspørsmål. Kategoriene ble valgt med tanke på problemstillingen og de tilhørende forskningsspørsmålene. I begynnelsen av intervjuet var det mer generelle kategorier som omhandlet hvem informanten var utenfor sosiale medier og bruken av Instagram. De siste kategoriene tok for seg dypere temaer om selvrepresentasjon på Instagram, sosial overvåkning, sosial sammenligning og politisk aktivisme på plattformen.

Gjennomføring av intervjuene

Intervjuene ble gjennomført over en lengre periode mellom november 2020 og februar 2021. På grunn av hvordan koronasituasjonen var i det tidsrommet ble alle, utenom ett intervju, gjennomført ved bruk av programmet Zoom. Dette er en videobasert samtaletjeneste med verktøy for opptak. Zoom viste seg å være et godt verktøy, ettersom det førte til god kvalitet i form av både lyd og bilde. Selv om intervjuene ble gjennomført ved bruk av et digitalt verktøy føltes det ut som informantene var komfortable, som førte til en god flyt i samtalen. Dette kan være tilfellet ettersom informantene selv kunne velge hvor de skulle oppholde seg under intervjuet, dermed velge en lokasjon de så på som komfortabel for å ha en slik samtale i. Derimot medførte bruk av Zoom til visse utfordringer ved bruk av *think-aloud*-metoden. Hensikten med å ta i bruk en slik metodisk tilnærming var å observere informantenes skjerm samtidig som de tenkte høyt under oppgaven. Ved bruk av Zoom fikk jeg ikke muligheten til nettopp dette og det medførte til at informantene fikk et større ansvar. Det resulterte til at informantene måtte forklare hva de likte, som igjen kan føre til at de ikke lenger var så bevisste på hvorfor de likte innholdet. Ett av intervjuene ble gjennomført på kafe etter informantens ønske, hvor mine antagelser angående *think-aloud* ble bekreftet. Under denne samtalen hadde informanten større fokus på å forklare hvorfor han likte innholdet eller stoppet opp.

Lengden på intervjuene varierte fra rundt en time til nærmere en og en halv time. Intervjuene som ble gjort over Zoom ble tatt opp via programmets innebygde opptaksfunksjon, hvor jeg satt igjen med en videofil og lydfil. Det siste intervjuet ble tatt opp ved bruk av båndopptaker. Alle informantene fikk tilsendt informasjonsark med samtykkeskjema, hvor de ga samtykke til opptaket. Personopplysninger som ble samlet inn var navn, kjønn og alder. All personalia har blitt anonymisert og informantene er ikke gjenkjennbare i oppgaven.

3.5 Behandling og analyse av datamaterialet

Jeg vil nå redegjøre for hvordan datamaterialet har blitt behandlet, samt hvordan det har blitt transkribert og analysert. Under både intervjuene og analysearbeidet har jeg fokusert på sosial overvåkning som et overordnet tema, for å se hvordan en slik overvåkningspraksis utspiller seg i ulike deler av Instagrams bruksområder. Analysen av transkripsjonene har blitt gjennomført på bakgrunn av ulike kriterier for å besvare forskningsspørsmålene som: 1) hvorfor bruker informantene Instagram, 2) hvordan ønsker informantene å bli oppfattet av andre, 3) hvordan velger de å fremme seg selv, og 4) hvorfor velger noen å dele politisk rettet innhold. Kriteriene ble studert i lys av sosial overvåkning, og dannet grunnlaget for en videre analyse.

Jeg har valgt å ta i bruk en *tematisk analyse* for å behandle datamaterialet i studien. En temasentrert tilnærming til analysen handler om å kategorisere og identifisere tema innad i datamaterialet, og deretter gå i dybden på hvert enkelt tema for å se sammenhenger eller forskjeller mellom informantene. En sammenligning mellom informantene kan gi en dyptgående forståelse av hvert enkelt tema (Thagaard, 2009:171). Som navnet tilsier tar en tematisk analyse høyde for at datamaterialet skal kunne grupperes i kategorier, der disse kategoriene presenterer temaer som er i stor grad sentrale for studien (Thagaard, 2009:172). Bruken av Instagram kan variere mellom individer, dermed er det interessant å sammenligne hvordan informantene bruker plattformen, samt hvorvidt de tar forskjellige valg i deling av innhold eller ikke. Analysen vil i størst grad ha en temasentrert tilnærming, men i tilfeller hvor en informant skiller seg ut fra den resterende gruppen, vil hen bli tilrettelagt større plass gjennom en *personsentrert tilnærming*. Som vil si at det vil bli satt større fokus på enkeltinformanter som tydelige skiller seg ut fra det øvrige utvalget (Thagaard, 2009:148).

Intervjuene ble transkribert fortløpende mellom desember 2020 og februar 2021, hvor transkripsjonen ble gjort kort tid etter intervjuet. Det var praktisk å ha datamaterialet fra de ulike intervjuene tilgjengelig mellom hvert av dem. Dette førte til en god oversikt over oppfølgingsspørsmål og hva andre informanter så på som interessant. Alt av materialet ble transkribert på bokmål, men jeg valgte å beholde dialektspesifikke ord eller uttrykk, for å ikke miste deres originale betydning. Det ble ikke transkribert latter eller stemningsleie, ettersom dette var noe jeg ikke så på som viktig for analyse av funnene. Om informantene tok en lengre tenkepause ble dette notert under transkriberingen. Som nevnt ble informantene anonymisert ved bruk av fiktive navn.

Da datamaterialet var ferdig transkribert, begynte kategoriseringen og analysearbeidet. For å kunne best mulig belyse problemstillingen ble materialet fargekodet ut ifra tre kategorier: 1) bruk av Instagram, 2) identitet og 3) politisk aktivisme. En slik grov kategorisering gjorde det mulig å se de mest relevante funnene som var interessante for studien. Videre ble tekstutdragene som hørte til en kategori plassert i et eget dokument, som igjen ble fargekodet ut ifra ulike temaer knyttet hver kategori. De underordene temaene ble utviklet med fokus på sosial overvåknings rolle i bruken av Instagram. Dette førte til jeg tidlig så små tegn på en slik overvåkningspraksis ved informantenes bruk av plattformen, som var tydeligst i informantenes framstilling av identitet og hvorfor de brukte Instagram. Ut ifra de overordene kategoriene utformet jeg tre analysekapitler som var i tråd med oppgavens problemstilling. Det første analysekapittelet (kapittel 4) vil ta for seg hvorfor informantene bruker Instagram, for å se nærmere om deres bruk samsvarer med Marwick (2015) sin definisjon av begrepet sosial overvåkning. Videre vil neste kapittel (kapittel 5) diskutere hvordan informantene ønsker å fremme egen identitet på plattformen. Da vil teoretiske perspektiver og begreper fra kapittel 2 som omhandlet identitet være i stor grad relevant og brukes for å analysere funnene. I utforming av det siste analysekapittelet (kapittel 6), hvor fokuset er på deling av politisk rettet innhold, vil de teoretiske perspektivene som omhandlet mobiliseringsteser og normaliseringsteser drøftes med funnene for å se nærmere på hvorfor informantene deler slikt innhold. Temaene i de tre analysekapitlene vil bli undersøkt i lys av sosial overvåkning og hvilken rolle overvåkningspraksisen har i de ulike bruksområdene.

Kapittel 4: Informantenes generelle bruk av Instagram

I de neste analysekapitelene vil jeg tar for meg hvordan det å se og bli sett har en innvirkning på bruken av Instagram. Jeg vil ut ifra analysene besvare problemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Slik begrepet ble definert i kapittel 2, er sosial overvåkning tett knyttet opp til bruken av sosiale medier, ved at som bruker blir man overvåket, samt overvåker andre brukere. Sosial overvåkning skiller seg fra en generell forståelse av overvåkning på tre plan; makt, den er flytende mellom brukerne, hierarki, overvåkning skjer mellom individer med ofte lik status, og gjensidighet, man blir overvåket og overvåker andre brukere (Marwick, 2012:382-384). Analysene vil være basert på funnene fra de ti think-aloud intervjuene, sammen med de tilhørende semistrukturerte intervjuene. Analysen vil bli delt inn i tre kapitler som fokuserer på tre sentrale bruksområder ved bruken av Instagram; 1) informantenes generelle bruk av plattformen, 2) framstilling av identitet og 3) deling av politisk rettet innhold. Det første analysekapittelet skal undersøke hva informantene tenker når de blar gjennom nyhetsstrømmen, også betegnet som scrolling, samt generell bruk av plattformen. Det andre kapittelet skal ta for seg informantenes framstilling av identitet ved å se på hva de tenker under publisering av innhold. Det tredje kapittelet vil se på deling av politisk rettet innhold, ettersom det har blitt en stor del i bruken av Instagram.

I dette kapittelet vil jeg ta for meg informantenes generelle bruk av Instagram. Som nevnt vil analysen ta i bruk en temasentrert tilnærming, hvor den overordnede kategorien i dette kapittelet er: bruk av Instagram. Bruken av Instagram er sammensatt av flere bruksområder, derfor har jeg valgt å fokusere på 1) hvor lenge har informantene brukt Instagram, 2) hvorfor bruker de Instagram, 3) hva tenker de på når de scroller og 4) handlingen av å *instastalke*, som er det å aktivt klikke seg inn på en profil og nøye studere innholdet. Disse undertemaene er interessante for studien ettersom de fokuserer på hvordan og hvorfor informantene bruker Instagram. Funnene viste at informantene har hatt en endring i bruken av Instagram siden de først tok i bruk plattformen. Det at flere har tatt i bruk tjenesten har hatt innvirkning på informantenes bruk.

Kapitelet vil ta i bruk de teoretiske perspektivene og begrepene fra kapittel 2 som omhandler overvåkning. Marwicks (2012) definisjon av begrepet sosial overvåkning vil være svært sentral for analysen av datamaterialet. Som nevnt vil jeg gjøre rede for hvor lenge informantene har brukt Instagram, for å se om det har vært en endring siden de først ble

aktive, samt hvorfor de bruker plattformen i dag. Videre vil jeg se nærmere på hva informantene tenker når de blar gjennom nyhetsstrømmen, ved å ta i bruk datamaterialet innhentet under think-aloud-oppgaven. Think-aloud metoden gir innblikk i hva informantene tenker i sammenheng med en oppgave. I dette kapitlet vil jeg ta for meg datamaterialet fra da informantene tenkte høyt samtidig som de bladde gjennom sin nyhetsstrøm på Instagram. Ved gjennomføring av en slik oppgave fikk jeg innhentet en samtids verbal rapport, som man kan argumentere for er en direkte verbalisering av deres tankeprosesser (Fonteyn mfl., 1993:431). Til slutt skal jeg ta for meg handlingen *instastalking* og hvorfor informantene gjør denne handlingen, ettersom dette kan være den klareste indikatoren på sosial overvåking på Instagram. Til slutt vil jeg diskutere funnene som blir presentert opp mot de teoretiske perspektivene og begrepene som ble presentert i kapittel 2 som omhandlet sosial overvåking. Først vil jeg se nærmere på hvor lenge informantene har brukt Instagram og hvorfor de tar i bruk plattformen i dag.

4.1 Hvorfor bruker man Instagram?

4.1.1 Informantenes endring i bruk av Instagram

Instagram ble lansert i slutten av 2010 og alle informantene var aktive brukere av plattformen innen 2013. Flere av informantene forteller at det har vært et skifte i hvordan Instagram blir brukt i dag. Den største endringen omhandler hva slags innhold som blir publisert. Det kommer tydelig frem at da informantene først begynte å ta i bruk Instagram var de mindre kritiske til innholdet de publiserte. Da var det mer vanlig å publisere bilder fra mer arbitrære hverdagshendelser, mens nå er det større fokus på sosiale sammenkomster, at man har gjort noe spesielt eller bilder hvor man selv er i fokus, da gjerne *selfies*. En av informantene, Thomas, reflekterer over dette skiftet og mener Instagram har blitt en «jeg skal vise deg hvor fin jeg er»-plass. Denne oppfatningen av plattformen er flere informanter enig i og det er fremtredende hos. Det er flere faktorer som er årsaken til ett slikt skifte, hvor den mest åpenlyse er at Instagram har blitt mer mainstream. Siden lansering i 2010 har flere valgt å bli aktive brukere og det har vært en framvekst av influensere, men det er veksten i brukere som har hatt størst innvirkning på innholdet man publiserer. Dette kommer tydelig frem fra informanten Kristine:

«Vet ikke, jeg føler jeg bare følger hva andre gjør. At det har blitt sånn, etterhvert som Instagram ble større og influensere begynte å bruke det, og da skal det være veldig sånn stylish. Ting skal se litt fint ut, men før var det mer morsomt» (Kristine, 2020)

Slik Kristine forklarer sin endring i bruk, er det tydelig at hun har tilpasset sitt innhold basert på andres bruk av Instagram. Da flere begynte å ta i bruk plattformen endret det seg til å bli mer fokus på å publisere innhold av en selv, fremfor situasjoner man var i. Flesteparten av informantene nevnte nettopp dette, at de har tilpasset seg og selv valgt å publisere innhold som viser en selv.

Det å tilpasse seg andre er ikke den eneste årsaken til endringen i bruken hos informantene. Ett annet aspekt som tydelig kom frem handlet om responsen informantene fikk på innholdet de publiserte. Flere av informantene følte de fikk mindre liker-klikk og kommentarer om de publiserte innhold av det de kalte andre ting, som de beskrev som mer estetisk innhold, enn når de publiserte innhold av kun dem:

«Når jeg la ut andre ting så var det mye mindre respons. Det var liksom halvparten så mange likes og ingen kommentarer, så det virket som folk ikke var så interessert ... Trenger ikke spamme ned feeden til folk med ting de ikke vil se.» (Trine, 2020)

For informanten Trine, kom det frem at innhold som hun selv ikke var en del av fikk halvparten så mye respons. Hun tolket det som om de som fulgte henne ikke var interessert. Trine valgte da å tilpasse innholdet sitt deretter. Flere av informantene hadde samme formening, som viser til tydelige tendenser på at hvor mye respons man får fra andre har innvirkning på hvordan man bruker plattformen. Dette kommer klarest frem med tanke på hva man velger å publisere. En av informantene, Susanne, skiller seg ut fra de resterende på dette aspektet. Susanne har en versjon av Instagram hvor liker-klikk på hennes innhold ikke er synlig for andre brukere. Tidligere har respons på eget innhold vært viktig for Susanne, men nå når det ikke er tilgjengelig for andre, har hun fått mer frihet med tanke på hva hun vil publisere:

«Det er litt lettere å dele de tingene jeg synes er fine, i stedet for å tenke på det andre synes er fint» (Susanne, 2020).

Susanne tilpasser ikke innholdet sitt basert på andre, men likevel er det antydninger på at andre har innvirkning på hennes bruk. Det er først når liker-klikk ikke var synlig for andre, at hun valgte å publisere det innholdet hun selv likte, fremfor det andre likte. Dermed kan man

indikere at informantene har endret bruken av Instagram på grunn av at flere har blitt aktive brukere, samt på grunn av responsen man får fra andre brukere på eget innhold. Til og med i Susannes tilfelle ser man tegn på hvordan andre interagerer med eget innhold har på bruken av plattformen.

4.1.2 Hvorfor informantene bruker Instagram

Informantene har vært aktive brukere av Instagram siden 2013 og det er flere grunner til hvorfor de fortsatt er det i dag. Den største fellesnevneren er å holde seg oppdatert på hva ens nære relasjoner og venner gjør. Flesteparten av informantene er studenter og har dermed en vennegjeng som i stor grad er spredd utover landet. Instagram blir da brukt som ett verktøy for å følge med og holde seg oppdatert på hva venner og bekjente gjør og bruker tiden sin på. Ved bruk av Instagram får informantene innblikk i livene til personer de ikke har mulighet til å se eller kommuniserer med i det daglige.

«Bruker det fordi det er den sosiale plattformen, i hvert fall for min krets, der det legges ut mest. Det er egentlig for å holde seg oppdatert på venner og på det som skjer.» (Fredrik, 2020)

Instagram er det sosiale mediet i informantenes krets som blir oftest brukt, som gjør det lettere å holde seg oppdatert på venner og bekjente. Plattformen blir beskrevet av informantene som en møteplass for mennesker man lenger ikke treffer og man ønsker å følge med på.

Videre viser funnene at informantene bruker Instagram for å holde seg oppdatert på og få informasjon om det de er interessert i. Slik Instagram er designet er plattformen en god arena for å innhente inspirasjon, ny kunnskap og lærdom. Informanten Maria synes det er en god kilde til å få med seg menneskers stemme og innsikt hos mennesker man ellers ikke ville hatt tilgang hos:

«... hvor jeg som hvit, 23 år gammel jente fra Norge kan få innblikk i livet til en ekstremt undertrykt, muslimsk kvinne i New York og forstå hvordan det er. Ikke forstå, det kan jeg aldri gjøre, men få innsikt.» (Maria, 2020)

Dette utsagnet til Maria viser hvordan Instagram har utviklet seg fra å være en plattform for å kun holde seg oppdatert på venner gjør, til å bli en arena hvor man får innsikt i livene til

mennesker man ellers aldri ville kjent eller hørt. Dette viser allsidigheten til plattformen. Flere av informantene bruker også Instagram til å holde seg oppdatert på nyheter og politikk.

Instagram blir brukt til mer enn å bare konsumere innhold. Plattformen gir brukerne muligheten til selv å formidle det de synes er viktig eller interessant. Informantene Peder og Frida bruker Instagram som et utløp for tanker og meninger. Bruksområdene for Instagram er dermed mange, men hovedsakelig blir plattformen brukt av informantene på grunnlag av 1) holde seg oppdatert på interesser og 2) holde seg oppdatert på enes egne nære relasjoner.

4.2 Informantenes tanker under scrolling

Som det ble diskutert tidligere i kapittelet bruker informantene Instagram hovedsakelig til å holde seg oppdatert på sine nære relasjoner og interesser. Det er ikke ukjent at store deler av tiden brukt på sosiale medier går til å følge med på nettopp andre (Aalen, 2015:69). På Instagram får man tittet på andres innhold gjennom en nyhetsstrøm, som ofte blir omtalt som *feed*. I feeden får man tilgang til innholdet publisert fra profilene og kontoene man velger å følge. Jeg vil nå ta for meg hva slags profiler informantene følger, videre vil jeg se på hva de tenker når de blar gjennom feeden ved å ta i bruk datamaterialet innhentet fra think-aloud metoden.

4.2.1 Hvem er det informantene følger?

Det er ikke tilfeldig at informantene først og fremst følger venner og bekjente på Instagram, ettersom det er hovedgrunnen til at informantene bruker plattformen. Etter denne gruppen av profiler, så er det profiler som speiler informantenes interesser som oftest blir nevnt. Flesteparten av informantene nevner at de følger profiler som gir de inspirasjon til alt fra sminke til matlaging. Fire av informantene påpeker at de følger politiske profiler eller aktivisme-kontoer for å holde seg oppdatert på hva som skjer i samfunnet. Den siste gruppen profiler majoriteten av informantene følger er *meme*-kontoer. Memes er kulturelle enheter, oftest bilder med tilhørende bildetekst, som blir sirkulert, transformert og imitert av brukere på internett. Hovedsakelig er det humoristiske bilder som blir spredd over internett, og da spesielt via sosiale medier (Madison, 2019). Som en ser er det en sammensatt gruppe profiler informantene følger, som de får innhold fra i nyhetsstrømmen. Gjennom datamaterialet innhentet fra think-aloud vil jeg nå se nærmere på hvordan informantene interagerer med dette innholdet, med fokus på hvilket innhold de stopper opp ved og responderer på.

4.2.2 Hva tenker informantene når de scroller?

Ut ifra funn gjort gjennom think-aloud metoden stemmer informantenes faktiske bruk av Instagram med deres begrunnelse for hvorfor de tar i bruk plattformen. Det er tydelig at de gir mest oppmerksomhet til innhold publisert av venner eller bekjente. Over halvparten av informantene bladde gjennom store mengder innhold som ikke ble respondert på eller stoppet opp ved. I løpet av økten hvor informantene skulle tenke høyt, forteller Kristine at hun ikke fikk opp innhold fra venner, som er det innholdet hun vier mest tid til:

«Føler veldig ofte når jeg sitter på Instagram at jeg bare ikke følger ordentlig med på hva som blir lagt ut» (Kristine, 2020)

Kristine påpeker i dette sitatet at det er lite av innholdet hun får gjennom nyhetsstrømmen som vekker oppmerksomheten hennes, dette fordi det er lite innhold som er publisert av bekjente. For denne informanten var det nødvendig at innholdet måtte vekke en interesse, noe som samsvarer med flesteparten av informantene. Trine nevner også at hun blar fort gjennom feeden og først stopper opp om det er noen hun kjenner eller noe som vekker interessen hennes. Dette stemmer overens med de resterende informantenes tanker under scrolling. Hvor det er viktig at innholdet fanger en interesse for at informantene skal gi det oppmerksomhet.

Ved spørsmål om hvorfor man ga liker-klikk på innhold, svarte Peder:

«Jeg liker det jeg liker. Også syns jeg det er gøy om noen, om jeg setter meg i deres sko og begynner å tenke på hvorfor de har lagt ut det. Som oftest er det noe de har lagt ut fordi 'shit nå følte jeg med fresh, her kommer en selfie' liksom, og da skal de få en like av meg. Det syns jeg er kult gjort» (Peder, intervju)

Om vi ser på hvordan Peder uttrykker seg, kan man tenke seg at bakgrunnen for at man hovedsakelig responderer på venners innhold er for å vise støtte og at man bryr seg. Fåtalet av informantene responderte på innholdet som dukket opp under think-aloud økten. Innholdet som var tilgjengelig i nyhetsstrømmen var publisert fra profiler som ikke var bekjente. Dette viser tydelig at det er innhold fra venner og kjente informantene ønsker å konsumere og vil respondere på. En av informantenes liker-klikkvaner skilte seg ut fra den resterende gruppen. Thomas var den eneste av informantene som likte majoriteten av innholdet han fikk opp i nyhetsstrømmen. Innholdet han likte strakk seg fra morsomt, informativt og interessebasert til

innhold publisert av bekjente. Informanten responderte på innhold hans syns var interessant eller underholdende. For selv om flere av informantene fulgte profiler som var ment for underholdning eller reflekterte interesser, så var det færreste av informantene som ga det innholdet oppmerksomhet eller reagerte på det. Fellesnevneren for alle informantene når det gjaldt innhold de ga liker-klikk til, var at det innholdet ble publisert av venner eller bekjente.

Ut ifra datamaterialet innhentet fra think-aloud metoden er det tydelig at informantene hovedsakelig bruker Instagram til å følge med på hva venner og bekjente gjør. Dette støttes opp av at informantene gir hovedsakelig oppmerksomhet til og responderer på innhold publisert av denne gruppen. Informantenes tankegang under scrolling og deres begrunnelse for hvorfor de bruker Instagram støtter Marwicks (2012) definisjon av sosial overvåkning. Denne definisjonen viser til hvordan sosiale medier blir brukt for å innhente informasjon og holde seg oppdatert på nære relasjoner (Marwick, 2012:378). Men det er ikke kun gjennom nyhetsstrømmen informantene får tilgang til innholdet publisert av andre, man kan også aktivt velge å klikke seg inn på venner, bekjente eller ukjentes profiler.

4.3 Informantenes forhold til Instastalking

Jeg vil nå se nærmere på handlingen *instastalking*, som er det å aktivt klikke seg inn på en profil og nøye studere innholdet. Det å instastalke kan man se på som en aktiv søken etter å se innhold publisert av andre. En slik form for titting er på bakgrunn av at man ønsker å danne et inntrykk av en person man nylig har møtt, skal møte eller tidligere har kjent (Aalen, 2015:71), men det kan og stamme fra ren nysgjerrighet til et bestemt individ.

Instastalking er den handlingen ved bruk av Instagram, som jeg vil argumentere for, kan tettest knyttes opp til sosial overvåkning og overvåkning generelt. Lyon (2007) definerte overvåkning som en fokusert, systematisert og rutinemessig oppmerksomhet til personlige detaljer. Instastalking er fokusert ettersom det er gjort ovenfor et bestemt individs profil og det er systematisert grunnet dens oppmerksomhet til personlige detaljer og informasjon. Ved å klikke seg aktivt inn på en personlig profil, hvor alt innholdet dette individet har publisert blir samlet, har man mulighet til å innhente store mengder med informasjon. Det er i særlig stor grad en bevisst handling, fordi man som bruker velger å aktivt klikke seg inn på en profil. Alle av informantene fortalte at instastalking forekommer i deres bruk av Instagram. Dermed

er det interessant å se hvorfor de gjør denne handlingen og hvilket tanker de har om det som en form for overvåkning.

4.3.1 Informantenes begrunnelse for å instastalke

En av grunnene til hvorfor man velger å aktivt klikke seg inn på andres brukere er fordi man har et ønske om å få dannet ett inntrykk av denne personen (Aalen, 2015:71). Dette stemmer overens med informantenes egne erfaringer og begrunnelser for hvorfor de har instastalket. Funnene viser at informantene ønsker å få ett innblikk i hvem disse personene de velger å klikke seg inn på er. Bakgrunnen for at de aktivt klikker seg inn på en bestemt profil varierer, men det blir oftest gjort ovenfor personer de har en viss kjennskap til:

«... da jeg var singel gjorde jeg det ofte med damer jeg matchet med på Tinder, for jeg ville se hvordan de så ut og ville finne ut litt mer om de enn det Tinder-profilen viser» (Thomas, 2020)

Sitatet til Thomas viser tydelig at formålet hans var å få innhentet mer informasjon om vedkommende for å kunne danne seg ett større inntrykk av hvem denne personen han møtte på en datingplattform var. Det viser til en fokusert søken etter personlige detaljer, hvor øvrige av informantene har samme erfaring med handlingen. De fleste av informantene er ute etter informasjon eller å finne ut av noe spesielt om individet. Handlingen blir da gjort på bakgrunn av at man skal møte ett menneske man tidligere ikke har møtt:

«... om jeg vet at jeg skal på en måte møte en person og jeg vet navnet, finner Instagram-brukeren, så syns jeg det er bare helt fair om jeg bare går inn til første bilde de har lagt ut for å se hva de gjorde da, hva de gjør nå, få litt innsyn i hva slags folk de er ...» (Peder, 2020)

Peders bakgrunn for instastalking samsvarer med Thomas sin forklaring. Peder ser på det som en rettferdig del av bruken av Instagram, noe som kommer igjen hos flere av informantene. Det er en handling som er akseptert av brukerne av plattformen. På den ene siden kan man anta instastalking gir informantene kunnskap om mennesket og kartlegge hvem de er før et eventuelt møte. På den andre siden er det stor enighet blant informantene at selv om man får tilgang på store mengder med informasjon, er det ikke en helt sannferdig versjon av vedkommende. Man kan anta at informantene har stor interesse av å få innsikt i hvem disse menneskene er eller ønsker å være, som fortalt av Trine:

«Jeg synes som sagt det er litt interessant, for det føles jo som om det sier en del om hvordan du har lyst til å fremstille deg selv ...» (Trine, intervju)

Instastalking forekommer ikke kun ved at informantene aktivt oppsøker brukere. Det kan også skje ved at man tilfeldig kommer over en profil man ønsker å lære mer om eller få innblikk hos. Dette oppstår i situasjoner hvor informantene blar gjennom feeden og støter på personer de enten kjenner halvveis eller ønsker å få mer kjennskap til. For informanten Frida så kan det rett og slett være på grunn av kjedsomhet:

«Det er noen ganger ikke fordi jeg vil stalke noen heller, men jeg bare kjeder meg. Så ser jeg et gruppebilde, så er det en eller annen bekjent som har en venn som jeg ikke kjenner i det heletatt så går man inn og ser der ...» (Frida, intervju)

Fridas erfaringer viser at instastalking forekommer ved å tilfeldig støte på profiler man ønsker å undersøke nærmere. Om det er å aktivt oppsøke eller tilfeldig støte på en profil, så er instastalking uansett ett bevisst valg. Ved at man aktivt klikker seg inn på en profil for å innhente informasjon om vedkommende. Formålet vil i begge tilfellene være informasjonshenting om personen man klikker seg inn på. Der vedkommende har en eller annen form for relasjon til personen som bedriver instastalkingen,

Bakgrunnen for informantenes instastalking kan tett knyttes opp til Lyons (2007) definisjon av overvåkning, samt sosial overvåkning slik Marwick (2012) definerer begrepet. Begge definisjonene hevder at overvåkingen er en systematisk og fokusert handling for å innhente informasjon om andre. På Instagram vil det være informasjon om andre brukere av plattformen. Det er dermed interessant å se om informantene ser på instastalking som en form for overvåking.

4.3.2 Er instastalking overvåking?

Funnene viser tendenser til at instastalking kan være en form for overvåking, ettersom det er mange like karaktertrekk mellom praksisene. Både instastalking og overvåking omhandler informasjonshenting av personlige detaljer om et individ (Lyon, 2007:14). Informantene har ulike meninger om instastalking som en form for overvåking. Fire av informantene var tydelig uenige i at det kan bli sett på som overvåking. De siste seks informantene hadde et mer ambivalent forhold og balanserte mellom å være tydelig enig eller uenig.

De fire informantene som ikke mente instastalking var en form for overvåkning begrunnet det med at som bruker av Instagram velger man selv hva man publiserer, dermed hva andre har tilgang på å se:

«For overvåkning er i sånn grad av at jeg ser deg uten at du har gitt meg lov, mens på Instagram har du lagt ut bildene så jeg kan se på det når jeg vil.» (Thomas, 2020)

Thomas sitt utsagn antyder at på Instagram har man fått tillatelse til å se innholdet, ettersom personen selv har valgt å publisere det. Derfor ser han ikke på det som overvåkning, siden det er noe han føler han har lov til å gjøre. Informantene i denne gruppen ser også på det som en forventet del av å bruke sosiale medier. Velger man å publisere innhold, må man forvente at det kan bli sett av personer man ikke har kjennskap eller relasjoner til. Man kan ikke bli overrasket om mennesker har denne informasjonen om en, fordi man selv har lagt det ut for at andre skal se:

«... det er som om jeg skulle skrevet en lapp med nummeret mitt og lagt det på en benk her på Nygaardsparken, så ringer det etter to uker også sier jeg 'din syke faen, hvorfor ringer du meg?' De har jo da funnet lappen med nummer mitt på.» (Peder, intervju)

Her sammenligner Peder instastalking med det å skrive nummeret sitt på en lapp et sted hvor hvem som helst kan få tilgang på det. Dermed kan man ikke være sjokkert om noen tar til seg informasjonen og bruker den. Da kan man ikke bli overasket om det samme skjer på Instagram.

De seks andre informantene hadde, som nevnt, et mer ambivalent forhold til instastalking som en form for overvåkning. De kunne til en viss grad se en forbindelse mellom overvåkning og instastalking, men de kunne ikke tydelig si at de var enige. Det var en forståelse for hvor mye informasjon som er tilgjengelig på sosiale medier som Instagram og at instastalking kan føre til at man får innhentet mye informasjon om bestemte individer. Informantene mente man kunne se på det som overvåkning, ettersom innholdet er tilgjengelig og hvem som helst kan se hva man gjør på sosiale medier.

Disses seks informantene mente på samme måte som de tre andre, at instastalking er en forventet del av det å bruke Instagram:

«Det er vel til en grad det også ja, men igjen så er det, sier ikke at det er greit, men igjen handler det om at man burde kanskje ha privatprofil om man ikke vil at noen utover sin egen krets skal følge med på deg. Og igjen om du velger å ha et sosialt medium, så velger du til en grad å ha privatlivet ditt på internett.» (Susanne, 2020)

Susanne har en lik tilnærming som Peder, men hun har en ulik tolkning av det. At selv om man som bruker må forvente at andre har tilgang på innholdet man publiserer, så kan det være en form for overvåkning ettersom hvem som helst har tilgang på innholdet. Det kommer og frem at informantene ser det i større grad som overvåkning når det blir gjort ovenfor individer de ikke kjenner eller følger på Instagram:

«Ikke, eller jo det er sånn om man stalker noen og ikke er venn med eller følger de også er man plutselig ned på bilde for fem år siden, så er man livredd for å trykke liker fordi at da vet man at nå innser den personen at jeg stalker dem. At jeg nå overvåker den personen, så ja, vil nok se på det som det» (Anders, 2020)

Blir instastalking gjort ovenfor en bekjent, blir det sett på som å holde seg oppdatert og kartlegge hvordan det går med vedkommende. Om instastalking er ovenfor personer man ikke har noe relasjon til så kan det nærmere bli sett på som overvåkning.

Informantene er uenige i om handlingen av å instastalke er en form for overvåkning, men de er enige at man som bruker av et sosialt medium må man forvente at innholdet man publisere blir sett på av alle andre som bruker plattformen. På bakgrunn av dette mener fire av informantene at det ikke er en form for overvåkning. De seks andre informantene har en viss forståelse for at det er sammenligningsgrunnlag mellom overvåkning og instastalking, ettersom det er mye informasjon som er tilgjengelig til å bli innhentet. Ut ifra informantenes egne erfaringer med instastalking og begrunnelse for handlingen, viser funnene at det er tegn på at det er en form for sosial overvåking.

4.4. Diskusjon

I denne delen av kapittelet vil jeg diskutere informantenes bruk av Instagram i lys av sosial overvåkning. Jeg har i dette kapittelet undersøkt 1) hvor lenge har informantene brukt

Instagram, 2) hvorfor bruker informantene plattformen, 3) hva tenker de på når de scroller og 4) hvilket forhold har de til handlingen instastalking. I neste del skal jeg se nærmere på hvordan funnene som har blitt presentert om informantenes bruk, kan knyttes til begrepet sosiale overvåkning. I den videre diskusjonen skal jeg se på informantenes endring i bruk av Instagram, hvorfor informantene bruker plattformen i dag og til slutt informantenes forhold til instastalking i lys av sosial overvåkning.

4.4.1 Flere brukere av Instagram førte til endring i bruken

Funnene viser en endring i informantenes bruk av Instagram fra da de først ble aktive brukere. Det største skiftet er tydeligst i hva slags innhold de publiserte. Ettersom plattformen ble mer mainstream førte det til flere brukere. Dette gjorde at informantene endret sitt eget innhold basert på hvordan andre brukte Instagram. For eksempel valgte Kristine å tilpasse seg andre brukere, som gjorde at hun publiserte mer kurert innhold. Endringen førte til at Instagram utviklet seg til å bli en «jeg skal vise deg hvor fin jeg er»-plass. Slik begrepet sosial overvåkning blir forstått ut ifra Marwicks (2012) definisjon, fører en slik praksis til at man regulerer sitt eget innhold basert på hvordan andre bruker mediet. Funnene viser tydelig tegn på at sosial overvåkning har hatt en innvirkning på at bruken av Instagram har endret seg for informantene. Dette kommer klart frem ettersom flere av informantene nevner at de har endret bruken sin for å tilpasse seg andre brukere. Som bruker av Instagram vil man konstant følge med på andres innhold, som vil bidra til en varig flyt av informasjonsinnhenting. Sosial overvåkning er en del av denne pågående informasjonsinnhenting som brukerne gjør på plattformen (Marwick, 2012:382). Funnene viser at som bruker vil man kartlegge denne informasjonen, som igjen kan føre til regulering av eget innhold som er basert på innhenting. Informantene i denne studien innhenter store mengder informasjon, som fører til selvregulering av innholdet de publiserer.

En annen årsak til informantenes endring i bruken av Instagram er basert på responsen fra andre brukere. Funnene viser at de fleste av informantene publiserte innhold som ville gi mest mulig liker-klikk eller kommentarer fra følgerne sine. Dette indikerer at informantene regulerte sitt eget innhold basert på responsen. Denne endringen er ikke på bakgrunn av hva andre publiserer, men hva informantene tenker andre vil ha interesse av å se. Innholdet blir da publisert med ett bestemt publikum i tankene. Der det er ønskelig at innholdet skal bli godt mottatt. Dette kan man se på som en panoptisk form for overvåkning (Marwick, 2012:379), hvor man som bruker av Instagram vil bli sett av alle, alltid (Foucault, 2006, referert i Galic

mfl. 2017:12). Man vil da overvåke sitt eget innhold, med tanke på ens egne følgere, og skreddersy innholdet ut ifra det.

Begge årsakene til at informantene har endret innholdet sitt er på grunn av andre brukere av plattformen. På den ene siden regulerer informantene innholdet sitt basert på hva de får best mulig respons på fra andre brukere. På den andre siden regulerer de innholdet sitt, basert på hva andre publiserer. Dette viser tydelige tendenser på sosial overvåkning, som fokuserer på det å se og bli sett på sosiale medier.

4.4.2 Informantene ønsker å holde seg oppdatert på nære relasjoner

Sosial overvåkning handler også om hvordan sosiale medier blir brukt for å holde seg oppdatert på venner og andre relasjoner (Marwick, 2012:378). Hovedårsaken til hvorfor informantene velger å bruke Instagram er å holde seg oppdatert på sine nære relasjoner. I lys av informantenes utsagn kan plattformen bli sett på som en virtuell møteplass for mennesker man ikke lenger møter i det virkelige liv. Det eksisterer mange sosiale medier hvor dette er mulig, men for informantene er det Instagram som blir mest brukt. Dette fordi det er den plattformen de fleste av deres nære relasjoner bruker. Instagram blir og brukt for å holde seg oppdatert på egne interesser, hvor fire av informantene nevnte spesifikt nyheter og politikk.

I nyhesstrømmen var det innhold publisert av familie og venner informantene fokuserte på. Det var dette innholdet informantene stoppet opp ved eller valgte å reagere på under think-aloud-økten. Annet type innhold ble raskt sett, deretter fort bladd forbi. Fåtallet av informantene fulgte nøye med på annet type innhold, selv om innholdet reflekterte deres interesser. Funnene fra think-aloud-økten reflekterer hvorfor informantene bruker Instagram, samt viser tegn på sosial overvåkning, fordi en slik overvåkningspraksis blir brukt for å holde seg oppdatert på nære relasjoner (Marwick, 2012). Innholdet publisert av nære relasjoner gjorde det mulig for informantene å holde seg oppdatert på dem, ettersom innholdet viste hvordan de hadde det eller hva de gjorde.

Studien til Lampe, Ellison og Steinfield (2006) viser hvordan sosiale medier gjør det mulig for brukere av Facebook å spore andre brukere i sine nærmiljøer. De så på dette som en form for overvåkning ettersom tjenestene ga brukerne tilgang på holdninger, adferd og interessene til andre. Lampe, Ellison og Steinfield (2006) mente denne formen for overvåkning kunne kategoriseres inn i 1) *social searching* og 2) *social browsing*, hvor det først begrepet er

interessant med tanke på hvordan informantene i denne studien bruker Instagram. Brukere av sosiale medier med social searching som formål vil bruke en bestemt plattform for å undersøke bestemte mennesker som de allerede har en relasjon til i det virkelige livet (Lampe, Ellison & Steinfield, 2006:167). Denne måten å forstå bruken av Instagram på, kommer tydelig frem hos informantene i denne studien. Grunnen til at informantene bruker Instagram er for å kartlegge hva mennesker de kjenner holder på med. Funnene viser også at informantenes bruk er en fokusert og rutinemessig handling. Fokusert fordi handlingen er rettet mot nære relasjoner, og det er rutinemessig fordi det å bla gjennom nyhetsstrømmen på Instagram er en del av hverdagens rutiner. Dermed kan man se en forbindelse mellom Lyons (2007) definisjon av overvåkning og informantenes bruk av plattformen. Lyon (2007) påpeker at handlingen av å overvåke alltid har et formål, hvor informantenes formål er å kartlegge og holde seg oppdatert på mennesker i egen krets.

Ser man på informantenes bruk av Instagram i lys av Lyons (2007) definisjon av overvåkning, Lampe, Ellison og Steinfields (2006) studie og Marwicks (2012) definisjon av sosial overvåking, så er det tendenser til sosial overvåkning i informantenes generelle bruk. Funnene indikerer at informantene har en slik overvåkningspraksis i deres bruk. Dette kommer i særlig grad frem når det gjelder informantenes forhold til det å instastalke.

4.4.3 Informantenes forhold til instastalking

Funnene viser at det å instastalke forekommer i informantenes bruk av Instagram. Som nevnt er instastalking handlingen av å aktivt klikke inn på en profil for å nøye studere innholdet som denne brukeren har publisert. Informantene instastalket fordi de ønsket å danne ett inntrykk av hvem vedkommende er eller få et innblikk i livet deres. Jeg har tidligere i kapittelet argumentert for at denne formen for bruk av Instagram er tettest knyttet til en mer generell forståelse av overvåkning, og dermed også en del av overvåkningspraksisen sosial overvåkning. Jeg vil nå diskutere hvordan funnene kan knyttes opp til Marwicks (2012) sosial overvåknings begrep.

Lyons (2007) definisjon av overvåkning viser at det er en fokusert og systematisert handling, ettersom den ofte fokuserer på ett enkelt individ og er systematisert grunnet dens oppmerksomhet til personlige detaljer. Informantene selv forteller at de instastalker personer fordi de ønsker å få innsikt eller innhente informasjon om personen de klikker seg inn på. I de fleste av tilfellene er det et bevisst valg og en forhåndsbestemt handling, hvor ønske er å få

informasjon om nettopp dette individet. Dermed kan man argumentere for at en handling som instastalking er fokusert, grunnet det er et aktivt valg informantene tar, og systematisert grunnet formålet er innhenting av personlig informasjon om individet. Instastalking handler om å kartlegge personer som går utover ens nære relasjoner og personer man ønsker mer informasjon om, på samme måte som den generelle bruken av Instagram går ut på å holde seg oppdatert på og kartlegge mennesker i ens nære krets. Man kan dermed se på instastalking som en form for social browsing, hvor formålet er å innhente informasjon om mennesker man ønsker å komme i kontakt med (Lampe, Ellison & Steinfield, 2006:167). Dette samsvarer med Thomas sin begrunnelse for å instastalke, hvor han ønsker å få mer informasjon om personer han har møtt på datingplattformer. Til slutt er det mulig å se fellestrekk mellom instastalking og strategisk overvåkning, som er en bevist handling hvor man er på søken eller ønsker å innhente informasjon (Marx, 2015:735). Ut ifra funnene så kan man se likheter mellom hvordan informantene instastalker og definisjoner på overvåkning, selv om informantene er uenige i at praksisen er en form for overvåkning. Begrepet sosial overvåkning kan bidra til å se en større sammenheng og helhet i praksisen av en slik form for overvåkning.

Årsaken til at flere av informanter ikke var enige i at instastalking er en form for overvåkning, er at de ser på det som en forventet del i bruken av Instagram. Velger man som bruker og dele informasjon og publisere innhold på sosiale medier, så må man ha en forståelse om at innholdet og informasjonen vil bli sett av andre. Sosial overvåkning støtter opp under disse forventingene ved bruken, ettersom denne overvåkningspraksisen fokuserer på gjensidigheten mellom brukerne. En av egenskapene som skiller sosial overvåkning fra en mer generell form for overvåkning, er at det er en gjensidig handling mellom brukerne av et sosialt medium som Instagram. Marwick (2012) utdyper dette med at som bruker av sosiale medier blir man en del av et større publikum, hvor man som en deltakende part både vil konsumere og dele innhold, men også la andre deltakere konsumere ens eget innhold. Ved at man velger å publisere på Instagram, er det med en forståelse om at innholdet vil bli sett, eller overvåket (Marwick, 2012:384). Om man ser på instastalking i lys av sosial overvåkning, er forventingen om at innholdet kommer til å bli sett en del av overvåkningspraksisen. Ettersom det er en handling som skjer mellom brukeren som publiserer og brukeren som consumerer det publiserte innholdet.

Informantene var uenig om instastalking er en form for overvåkning, ettersom brukere gir tillatelse for at informasjonen kan bli sett av andre på Instagram. Brukere av sosiale medier

publiserer innhold for å bli sett av andre brukere (Marwick, 2012:380). Dermed er det interessant å trekke frem maktspektet ved sosial overvåkning. I den mer allmenne forståelsen av overvåkning ligger makten hos en organisasjon eller myndigheten, mens sosial overvåkning skiller seg tydelig ut ved at makten er flytende mellom individene som bruker et sosialt medium (Marwick, 2012:379). Makten vil ikke være reservert til den overvåkende part, men noe som er innboene i hvert individ som bruker av et sosialt medium (Marwick, 2012:383). Dermed har man som individ makt over hva som er tilgjengelig av informasjon og hva som bli publisert, og gir derfor tillatelse til at denne informasjon kan bli innhentet av andre brukere.

Informantene som så en mulig sammenheng mellom overvåkning og instastalking begrunnet det med samme argumentet som de informantene som var uenige. De mente og det var en forventet del av det å bruke et sosialt medium, men det å nøye studere profiler til personer de ikke har nære relasjoner til eller følger kan bli sett på som overvåkning. Dette fordi det er mulig å innhente mye informasjon om disse menneskene. Det som skiller de to ulike gruppene med informanter, som har ulike syn, er måten de tolker informasjonshenting som oppstår ved instastalking. Den ene gruppen informanter er bevisste på mengden informasjon som er tilgjengelig og kan se på innhenting av denne informasjonen som overvåkning. Den andre gruppen så ikke på det som overvåkning fordi informasjonen som er tilgjengelig må man forvente at andre skal kunne se.

4.4.4 Er det tegn på sosial overvåkning i informantenes generelle bruk av Instagram?

Sosial overvåkning er den konstante oppmerksomheten til innhold og andres digitale fotspor som sosiale medier muliggjør (Marwick, 2012: 378). Funnene i studien viser at informantene bruker Instagram til å holde seg oppdatert på og kartlegge andre mennesker i sin nære krets. Når informantene blar gjennom sin nyhetsstrøm på Instagram så er det personer i sine nære kretser som vekker oppmerksomheten deres og som de aktivt gir oppmerksomhet til. Dette viser tydelig tendenser til Marwick (2012) sin definisjon av begrepet sosial overvåkning. Definisjonen viser også til at det å se og bli sett på sosiale medier har implikasjoner på hvordan man velger å bruke sosiale medier, noe som kommer frem i informantenes endring i bruken av Instagram. Der det kommer i særlig grad frem at flere av informantenes bruk reflekterer andres bruk av plattformen. Videre så bruker informantene også Instagram til å aktivt klikke seg inn på personer for å kunne danne seg et bilde av dem eller innhente mer informasjon, som igjen kan vise til tendenser på sosial overvåkning.

For å se hvilken rolle sosial overvåkning har i den større bruken av Instagram, er det nødvendig å se nærmere på flere bruksområder ved plattformen. Som nevnt har informantene endret måten de publiserer innhold, noe jeg vil diskutere nærmere ved å se på hva informantene tenker under publisering og hvordan de ønsker å fremstille seg.

Kapittel 5: Sosial overvåknings innvirkning på framstilling av identitet

I forrige kapittel diskuterte jeg hvordan informantene brukte Instagram, og det kom frem at informantenes bruk hadde endret seg siden de først ble aktive på plattformen. Den største endringen omhandlet hva slags innhold informantene publiserte. Det viste seg at informantene over tid begynte å publisere flere bilder av seg selv, enn andre situasjoner. I dette kapittelet vil jeg se nærmere på prosessen av å publisere innhold og informantenes tanker rundt hvem de er på Instagram. Man kan tenke at innholdet man publiserer har en rolle i hvordan man ønsker å framstille ens identitet. Spesielt med tanke på at sosiale medier som Instagram gjør det umulig å ikke ta et aktivt valg i hvordan man ønsker å bli oppfattet (Aalen, 2015:63). Publisering av innhold er en sentral del i bruken av Instagram, dermed interessant å se nærmere på i lys av sosial overvåkning. Funnene viser at informantene har ulike rutiner rundt publisering av innhold og at andre brukere på plattformen har hatt innvirkning på dette innholdet.

I dette analysekapittel er det informantenes framstilling av identitet som er hovedtemaet. Det tas opp gjennom å se på 1) hva informantene tenker under publisering, 2) hvem de er på Instagram, og 3) om informantene tenker over at innholdet blir sett av andre og hvilken innvirkning det har på hva de publiserer. Disse undertemaene gjør det mulig å besvare det første forskningsspørsmålet: hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet? Analysekapittelet vil bygge på de teoretiske perspektivene og begrepene som ble presentert i kapittel 2 som omhandlet identitet. Publisering av eget innhold er en av de mest sentrale bruksområdene ved Instagram, dermed viktig å studere for å kunne se om sosial overvåkning har en overordnet rolle i bruken av plattformen. Ved å se på flere deler i bruken av Instagram kan man besvare den overordnede problemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Jeg vil først fokusere på informantenes tanker rundt publisering av innhold, før jeg videre skal se på hvem de er på plattformen.

5.1 Prosessen av å publisere innhold

I løpet av intervjuprosessen ble think-aloud metoden brukt for å få et dypere innblikk i informantenes bruk av Instagram. En av oppgavene informantene skulle gjennomføre var å forklare prosessen rundt publisering av innlegg. For å gjøre det mer komfortabelt for informantene ble det siste bildet de publiserte brukt som et eksempel. Dette førte til en retrospektiv verbal rapport (Fonteyn mfl., 1993:431). For noen av informantene var det en lengre periode siden de sist publiserte, så det de forklarte kan være det de tror de tenkte og

ikke faktisk det de tenkte da de publiserte. Likevel vil jeg argumentere for at datamaterialet som ble innhentet var en fyldig beskrivelse av informantenes tankemønster, ettersom det er en prosess informantene har vært gjennom flere ganger.

5.1.1 Bakgrunn for valg av bilde

Det siste bildet flesteparten av informantene hadde publisert var en *selfie*. Begrunnelsen for valg av bilde kan man grovt kategorisere inn i; interesse og estetikk. Interesse viser til at informanten ønsket å vise frem sine egne interesser gjennom innholdet. Estetikk viser til ønske om å publisere det bildet de syntes så visuelt finest ut, med tanke på hvordan de selv så ut, samt farger og lys. Informanten Fredrik hadde lagt ut et bilde der han ønsket å vise frem en av hans største interesser, matlaging, samt vise frem en god versjon av seg selv:

«Jeg føler det representerer ting som jeg synes er interessant og holde på med, lage mat ... men jeg la kun ut bilde av meg selv og ikke familien ... Man legger ut ting der man ser ut som en god versjon av seg selv. Så valgte nok å legge det ut fordi det viser frem og representerer hva jeg liker å holde på med.» (Fredrik, 2020)

Fredrik sammen med over halvparten av informantene begrunnet bildevalget på at de selv syntes de så finest ut på det bildet de publiserte. Det var viktig for informantene å selv være fornøyd med hvordan de så ut. Det var ikke kun dette som var viktig for informantene, men det var en av grunnene som kom tydeligst frem. Noen av informantene ønsket å gå bort i fra denne tankegangen.

«... noen ganger legger jeg ut ting som jeg synes er morsomt, selv om det kanskje ikke viser meg fra mine beste sider kanskje.» (Frida, 2020)

Frida ønsket å utfordre seg selv litt mer og ikke fokusere kun på det estetiske ved bildet, ettersom hun ønsket å publisere bilder som viste flere sider av seg selv. Flere av informantene ønsket å utfordre dem selv, ved å publisere bilder utenfor det de så på som normen. Det kom frem at de ville bli flinkere til å publisere innhold hvor man ikke trengte å tenke så mye over selve innholdet, men dele fordi det viste litt mer av hvem de er. Der noen av informantene syntes det var en dårlig side av Instagram at man kun frontet alt det gode i livet eller framstilte seg selv fra sine beste sider.

En av informantene skiller seg tydelig ut fra de resterende informantene på dette planet, for Peder hadde ikke noe ønske om å vise seg frem fra sine beste sider, men for han sto humor sentralt for hvorfor han publiserte et bilde.

«Jeg pleier som oftest ikke å legge ut bare for å legge ut. Om det er et kult bilde eller et morsomt bilde hvor jeg ser at her er det potensiale for humor, som er noe jeg hovedsakelig bruker min Instagram til.» (Peder, intervju)

For Peder er det viktig at innholdet har et humoristisk potensial for at det skal bli publisert. Dette fordi hans profil blir brukt til nettopp et slikt formål. Dermed var det lite fokus på det estetiske eller fremme hans egne interesser, mer fokus på hvordan han ønsket å fremstå som en humoristisk person. Humoren lå ikke kun i bildet, men var og tydelig i eller forsterket av bildeteksten.

Fire av de kvinnelige informantene, før publisering av bilde, pleide å forhøre seg med venner. Før endelig publisering av innlegg pleide fire av de kvinnelige informantene å forhøre seg med venner. Dette var for å forsikre seg om at bilde kunne publiseres eller hjelp til å velge det fineste bildet. Ved å få en venninne til å se fikk man også ett nytt sett med øyne som hjelp til vurderinger som måtte tas før endelig publisering. Da gjerne få hjelp om det var bilder som skilte seg ut fra det man tidligere hadde publisert.

5.1.2 Redigering av bildet og tilhørende bildetekst

Etter bildevalget var det to steg til informantene gikk gjennom før endelig publisering av bildet. Disse siste stegene tok for seg redigering og skrive en tilhørende bildetekst. De fleste av informantene gjorde en eller annen form redigering på bildene sine. Ofte gikk redigeringen i kontraster og lys, men også å legge til et filter over bildet:

«Om jeg har tatt et bilde, så legger jeg aldri ut et bilde om jeg ikke har redigert det litt granne ... så justerer jeg bare litt kontrast og høylys og sånne ting, sånn at fargene popper litt mer» (Susanne, 2020)

Susanne var ikke den eneste informanten som påpekte at hun var nøye på fargene i bildet. Informanten Trine måtte sørge for at fargene i bildene på hennes profil passet sammen og hun kunne ikke publisere et bilde om fargene var for like. Det kommer tydelig frem at redigering

er et viktig steg i prosessen av å publisere innhold. Hver av informantene har sine egne vaner og ønsker, der formålet er å sørge for at bildene i feeden passer sammen.

Det siste steget informantene gikk gjennom før publisering var å skriv en tilhørende bildetekst. Dette var ikke en like viktig del av prosessen for alle av informantene, som nevnt tidligere var bildetekst like viktig som selve bildet for Peder ettersom et humoristisk potensial var viktig for publisering av innhold. Pernille var den eneste informanten som tydelig brukte tid på bildeteksten sin, både på hva hun skulle skrive og tilhørende emneknagger:

«Egentlig hvordan jeg føler meg da ... Det er litt sånn, hvis jeg har kranglet med noen så er jeg kanskje litt sur, og da vil jeg liksom skrive noe som reflekterer det» (Pernille, 2021)

For henne var det viktig å få frem hva hun følte i det øyeblikket bildet ble publisert. De resterende av informantene hadde ikke store formeninger om hva som skulle stå i bildeteksten, men det skulle gjerne reflektere selve bildet. Humor var noe som kom igjen, selv om det kun var en av informantene som tydelig spilte på humor på sin egen profil.

«... så prøver jeg å være så teit i caption som mulig ... jeg har en greie for det, hvis det er et fint bilde så prøver jeg å kompensere det med å skrive noe teit ...» (Susanne, 2020)

For Susanne sin del ble humor i bildeteksten brukt for å kompensere for et fint bilde, noe hun ikke var alene i. Flere av de kvinnelige informantene nevnte at de valgte å bruke humor i bildeteksten om de publiserte en selfie eller et bilde der de følte seg fine. De var usikre på hvorfor de gjorde dette, men det var noe de følte de burde gjøre.

I funnene fra think-aloud oppgaven kan man se tendenser på at informantene har visse rutiner ved publisering og at de ønsker å vise frem en finere versjon av dem selv. Med finere versjon menes en versjon som viser de beste sidene ved å publisere de visuelt fineste bildene av dem selv. Dette kan skyldes av at informantene ønsker å bli tolket riktig av følgerne sine, som også kommer frem i valg av bildetekst. Det ligger mange vurderinger rundt publisering av innlegg, ettersom det er profilen andre brukere har tilgjengelig på for å danne seg ett inntrykk av dem. Informantene forteller videre at deling av et bilde på egen feed kan være en form for investering i en selv. Ettersom det man velger å publisere vil være tilgjengelig for alle å se, må det være noe de står for. På samme måte som informantene instastalker for å danne et

bilde av personer de klikker seg inn på, vil andre brukere gjøre det samme mot dem. Der Instagram-profilen er kanskje noens førsteinntrykk av hvem de er som person.

5.2 Hvem er informantene på Instagram?

Informantene går gjennom flere steg når de publiserer innhold på Instagram. Der valget ofte faller på det bildet som viser dem fra dere beste sider. Noen av informantene ønsker å utfordre seg selv, ved å vise frem flere sider av dem selv på plattformen. Derfor vil jeg nå se nærmere på hvem informantene er på Instagram, for å få et dypere innblikk i informantenes framstilling av identitet. Identitet viser til ens egne selvoppfatning (von Tetzchner, 2020) og blir skapt gjennom hva man gjør og hvilket valg man tar (Markham, 2017:89). Sosiale medier har blitt en viktig arena for å utforske ens egne identitet og hvordan man ønsker å framstille en selv. Tjenester som Instagram og inntrykk fra andre brukere er med på å danne ens identitet (Gripsrud, 2011:17), for ved å samhandle med sosiale medier og medmennesker vil man engasjeres i identitetsbygging (Markham, 2017:83).

5.2.1 Hvordan framstiller informantene seg på Instagram?

På samme måte som flere av informantene velger å publisere bilder der de viser seg fra sine fineste sider, ønsker de å fremstille seg selv som den beste versjonen av dem selv. Med fineste sider handler det om å publisere de peneste bildene av dem selv. Med beste versjon menes det at man viser frem de gode sidene i livet. De ønsker å vise frem kanskje en ideal versjon, som viser andre brukere hvor bra de har det. Deres framstilling på Instagram reflekterer hvordan de ønsker at andre skal oppfatte dem. Noen av informantene ønsker å vise frem flere sider av dem selv, men likevel vise frem seg selv fra sine beste sider.

«Jeg tror jo på en måte jeg har lyst til å virke litt artig, litt kreativ tenker jeg. Interessant, kanskje litt chill. Så er jeg litt forfengelig, man har jo lyst til å se litt pen ut på bildene sine, men der prøver jeg å, da prøver jeg som sagt å være litt chillere» (Trine, 2020)

Trine forteller her at hun ønsker å være mer avslappet og ikke være så forfengelig med tanke på innholdet hun publiserer. Hun er ikke den eneste med dette ønsket. Det er flere av informantene som ønsker å utfordre seg selv og innholdet de publiserer, for de er lei av at Instagram er en plattform kun for de gode sidene. På tross av kommer det frem fra flere informanter at dette ikke er så lett, for det har blitt etablerte normer for hva som forventes av innhold som skal publiseres. En av informantene, Frida, er den som tydeligst har et ønske om

å publisere innhold som skiller seg ut fra det man vanligvis ser og vil vise frem mer av personligheten sin.

«Jeg tror på en måte jeg vil, eller prøver på Instagram å la personligheten min skinne litt igjennom, og det får man ikke helt til om man bare legger ut de samme type bildene da. Jeg tror jeg prøver å forme meg selv litt, men også på en måte legge ut ting som ikke er så flatterende, slik at det ikke blir så overfladisk. Jeg vil jo tro at jeg prøver å vise meg selv, men det er ikke alt man viser uansett, så det blir ikke helt sånn» (Frida, 2020)

Hun ønsker å ikke være forfengelig og overfladisk, slik at hun kan være mer personlig på plattformen. Pernille på side føler hun presenterer en kjedeligere versjon av seg selv. Hun er bevisst på dette og gjør det fordi det gir henne flere følgere og liker-klikk på innholdet sitt. Pernille har da funnet innhold som oppnår dette målet, som gjør at hun ikke får frem helt hvem hun er. Informanten Kristine har samme forhold til hvordan hun ønsker å bli oppfattet. Hun ønsker ikke å fremme noe spesielt med seg selv, hun vil heller ha en nøytral profil. Det som derimot kommer tydelig frem er at informantene ønsker å bli oppfattet som en finere og bedre versjon av dem selv. Dette kommer godt frem i Susanne sin beskrivelse av hvordan hun fremstiller seg selv:

«Jeg vet ikke hvor aktivt det er, men jeg tror jeg på en måte framstiller meg relativt ordentlig på Instagram. Det har jeg blitt opptatt av etter jeg fikk den jobben jeg har, fordi jeg har ekstremt mange kollegaer som følger meg på Instagram som jeg igjen følger tilbake, så jeg føler liksom jeg må kontra tidligere, som jeg var litt sånn mer ute og litt mer rølpete og fort kunne legge ut en story på Instagram og det var liksom shjo og hei, føler jeg ikke kan gjøre det lenger. Det danner på en måte litt feil, ikke feil inntrykk, men dårlig inntrykk av meg. Så jeg har det i bakhodet når jeg poster, med tanke på kolleger ... men jeg er litt mer sånn prøver å framstille meg litt mer voksen enn det jeg føler meg mentalt» (Susanne, 2020)

Susanne har mange kollegaer som følger henne, dermed føler hun at hun er nødt til å vise en profesjonell versjon av seg selv, slik at hun ikke skal bli feiltolket. Hun har derfor endret måten hun framstiller seg selv til å være mer voksen. Funnene viser tydelige tegn på at de kvinnelige informantene ønsker å vise frem en ideal versjon av dem selv, som referer til hvordan de ønsker å bli oppfattet som. Det er flere av dem som ønsker å utfordre denne normen.

5.2.2 Roller på Instagram

Informantene tenker over hvordan de framstiller seg selv på Instagram og hvordan de ønsker å bli oppfattet av andre. Ett annet syn på framstilling av identitet er om informantene går inn i en rolle ved publisering av innhold på Instagram. Goffmann (1959) mente at som menneske gikk man inn i ulike roller i forskjellige situasjoner, som en skuespiller som går på scenen. Rollene mennesker går inn i speiler forventningene til publikummet, menneskene de interagerer med. Om man fokuserer på Goffmann (1959) sitt perspektiv på identitet, er det interessant å se om ens Instagram-profil er en rolle man som bruker går inn i. En slik tilnærming til bruken av Instagram ser man tydelig i tre av de mannlige informantene.

Informanten Peder bruker Instagram-profilen sin for å fremme humor, og for at han skal publisere noe så må det ligge et humorpotensial i bunn. Han ønsker å fremstå som en humorist og forklarer hvordan han ønsker at følgerne sine skal oppfatte han slik:

«Jeg er han som fra tid til annen legger ut noe som jeg håper og tror du kan, ikke le høyt, men kanskje flire litt av, humre litt, jeg er han som får deg til å humre, vil jeg si at jeg er på Insta»
(Peder, 2020)

Fredrik på sin side prøver å fremstille seg som en luksuriøs type. Han ønsker å bli oppfattet som en person som er opptatt av det gode liv og beskriver sin egen profil slik:

«Jeg må bare basere det på det jeg har lagt ut, og jeg ser det jeg har lagt det er litt sånn, en som er opptatt av det gode liv, god mat, god vin, reise. Egentlig utelukkende bilder av meg som drikker eller er på ferie eller holder en hund ... Jeg fremstiller meg selv i hvert fall som en person som er glad i luksus og reising» (Fredrik, 2020)

Ut ifra Fredrik sin beskrivelse kan man indikere at han går inn i en rolle på Instagram. Rollen blir definert ut ifra hvilken livsstil han ønsker at følgerne skal oppfatte at han har. Han er oppmerksom på at det er en fasade han presenterer. Han forklarer denne fasaden formidler en livsstil han liker og er interessert i, men at det sier lite om virkeligheten.

Til slutt er det informantene Anders som går inn i en tydelig rolle på Instagram. Han ønsker å være til hjelp for sine følgere og gi de ett positivt syn på livet:

«ønsker jo å bli en motivasjonsfyr, en som kan inspirere litt ... målet er å være meg selv, men målet er å være meg selv mer enn hva jeg føler andre jeg kjenner er» (Anders, 2021)

Anders ønsker å bli oppfattet som en motivator. Dette stammer fra at han selv følger motivasjonskontoer han blir inspirert av. Selv om han ønsker å vise frem en sannferdig versjon av seg selv, går han fortsatt inn i en rolle som en motivator.

Funnene viser at alle informantene har en formening om hvordan de ønsker å framstille seg selv på Instagram, hvor noen går mer inn i en rolle enn andre. Informantene ønsker å bli oppfattet på en viss måte av andre brukere som følger dem på Instagram. Men hvor mye tenker de over at innholdet blir sett av andre?

5.3 Andre brukeres innvirkning på informantens framstilling på Instagram

Sosial overvåkning viser til hvordan brukere av et sosialt medium ser på innholdet til andre brukere og blir sett av andre, at man overvåker og blir overvåket (Marwick, 2012). Det vil si at innholdet man publiserer vil være tilgjengelig for andre brukere av Instagram, som hovedsakelig vil være menneskene som følger ens profil. Det er derfor spennende å undersøke nærmere om informantene tenker over at andre ser innholdet de publiserer og om det har noe innvirkning på innholdet. Informantene konsumerer også andres innhold, som igjen er interessant å se nærmere på om har innvirkning på deres innhold.

5.3.1 Tenker informantene over at innholdet blir sett av andre?

Informantene er bevisste på at innholdet de publiserer blir sett av andre brukere. Det er stor enighet mellom informantene at de ønsker å bli sett. En av hovedgrunnene til at man bruker sosiale medier som Instagram, er at man har lyst til å vise seg frem:

«Ja, men ikke på en negativ måte. Når jeg legger ut noe så er det jo et skrik av oppmerksomhet ... Av og til legger man ut noe fordi man vil bli sett» (Fredrik, 2020)

Fredrik beskriver det å publisere på Instagram som et skrik om oppmerksomhet. Det at innholdet vil bli sett av andre kan man tenke seg har innvirkning på det man velger å publisere. Funnene viser at det er hvem som ser, som har mest innflytelse på selve innholdet. Flere av informantene trekker frem familien som den gruppen følgere de tenker mest over.

Peder, som har en humorsentret profil, har lenge tenkt over om han skal godkjenne at familien får tilgang til innholdet han publiserer. Dette på grunn av humoren han bruker i innholdet sitt:

«Fordi humoren min kan være veldig vanskelig å forstå for dem ... så det er mange ting som jeg på en måte har fjernet fordi jeg godkjente mamma som følger, for jeg orker ikke å få spørsmål rundt det fordi med engang man må forklare ting så blir mye ødelagt» (Peder, 2020)

Peder ønsker ikke å måtte sensurere humoren sin eller måtte forklare seg ovenfor familiemedlemmene. Om han skal godkjenne familien blir han nødt til å fjerne innhold og tenke på dem når han skal publisere. Informanten Susanne har tidligere forklart at kollegaer har en innvirkning på innholdet hun publiserer. Hun passer på at innholdet ikke framstiller henne som uprofesjonell, dermed setter hun noen begrensninger til seg selv. Videre kommer det frem at informantene hadde vært mindre kritiske til og publisert mer innhold om ingen hadde tilgang til det.

Det er tydelig at informantene tenker over at andre skal se innholdet de publiserer og hvem som ser innholdet har innflytelse på hva som kan bli publisert. Funnene viser at informantene har et ønske om at innholdet skal bli sett, men om det var få eller ingen som ville se innholdet hadde informantene publisert mer og tatt mindre vurderinger rundt innholdet de publiserte.

5.3.2 Hvilken innvirkning har det de ser andre publisere, på hva de selv publiserer?

Kapittel fire viste at informantene brukte hovedsakelig Instagram til å holde seg oppdatert på sine venner og bekjente. Det kom frem at det er denne gruppen som fikk mest oppmerksomhet og som de interagerer mest med. Funnene viste at informantenes bruk av Instagram har endret seg over tid. Det at flere valgte å ta i bruk plattformen hadde innvirkning på innholdet som ble publisert. Dermed er interessant å se hvilken innvirkning det å konsumere store mengder innhold har på hva informantene selv velger å publisere.

Noe av det som kommer tydeligst frem fra intervjuene er at flesteparten av informantenes profiler reflekterer profilene til de i deres nærmeste krets. Det vil si at innholdet de publiserer samsvarer med innhold venner og bekjente publiserer. Dette viser at informantene tilpasser sine egne publiseringer med hva andre brukere gjør. Selv om dette forekommer, så er det ikke en bevist handling fra informantenes side. Denne tilpasningen kan stamme fra et ønske om å passe inn. Funnene viser at venner har stor innflytelse på informantenes publiseringer:

«De fleste av venninnene mine har blitt mere voksne i vanene sine de også ... det har sikkert påvirket meg til å bli litt lik på estetikken og hva slags bilder jeg deler og sånne ting» (Susanne, 2020)

Når venner og bekjente endrer hva slags innhold de publiserer, kan det ha innvirkning på eget innhold. Ofte vil andre kunne åpne en dør for at ny type innhold kan publiseres. For informantene er det lettere å kunne legge ut annen type innhold om noen har gjort det på forhånd, for da får de en forsikring på at dette er godtatt:

«... jeg tenker litt sånn at men hun, eller om noen f.eks. legger ut noe hvor de prøver å være morsomme eller ett eller annet, da kan jeg også gjøre det, da er det innafor på en måte» (Frida, 2020)

Frida forklarer at det er lettere for henne å publisere innhold som skiller seg ut fra normen ved at noen før henne legger det ut. Denne tanken kommer frem fra andre informanter også. Det at noen før dem publiserer vist type innhold fører til en lavere terskel for hva salgs innhold som er godtatt å publisere. Flere av informantene innrømmer at de ofte speiler sine egne vaner ut ifra hvem de velger å følge. I dette tilfelle kommer det også frem at informantene gjerne forhører seg med venner før de publiserer innhold som tidligere ikke har blitt publisert, for å forsikre seg om at det ikke er kun dem selv som synes det er morsomt eller interessant.

Ut ifra intervjuene er det tydelige at andre brukere på Instagram har stor innflytelse på informantenes publiseringsvaner. Informantene tenker over hvem som følger de ved publisering, med tanke på hvordan de ønsker å bli oppfattet eller tolket av andre. Funnene viser også at hva andre publiserer har en innvirkning, ved at andre brukere åpner dører for nytt type innhold. Dermed kan informantene selv publisere slikt innhold deretter. Det er viktig for informantene å forsikre seg at innholdet de publiserer blir godtatt av følgerne sine.

5.4 Diskusjon

Dette kapittelet har hatt fokus på 1) hva informantene tenker under publisering, 2) hvem de er på Instagram og 3) tenker informantene over hvem som ser innholdet de publiserer og tenker de over hva andre publiserer. Jeg vil nå diskutere funnene som ble presentert om informantenes framstilling av dem selv og hvilken innvirkning det å se og bli sett har på hva

man publiserer av innhold. Funnene vil bli diskutert i forhold til de teoretiske perspektivene og begrepene som ble presentert i kapittel 2 som omhandler identitet. Jeg vil også besvare forskningsspørsmålet: *hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet på Instagram?*

5.4.1 Informantenes framstilling av identitet på Instagram

Sosiale medier er designet for at man som bruker må ta stilling til hvordan man ønsker å fremstå. På Instagram har man et potensielt stort publikum som ser innholdet man publiserer og dette publikummet består ofte av mennesker man har nære relasjoner til (Aalen, 2015:56). Funnene viser at informantene tar aktivt stilling til hvordan de framstiller seg selv på Instagram. De fleste av informantene ønsker å vise frem en finere versjon av dem selv, samt tre av informantene trer inn i tydelige roller på Instagram.

Funnene fra think-aloud-undersøkelsen viser at informantene gjør flere vurderinger før de publiserer innholdet. Det visuelle og estetiske er i særlig grad viktig for over halvparten av informantene, men flere hadde et ønske om å utfordre tankegangen om at det kun er alt det gode i livet som blir publisert. Flere av informantene prøvde å få frem mer av personligheten deres gjennom bildene de publiserte. Det å publisere ett innlegg på Instagram ble beskrevet som en investering. Dette fordi det er gjennom innleggene som er tilgjengelig på ens profil, andre brukere av Instagram har tilgjengelig for å danne seg ett bilde av hvem man er som person.

På den ene siden kan man se på informantenes framstilling av identitet ut ifra Giddens (1991) definisjon. Han så på identitet som ens biografiske narrativ, historien om en selv, som blir opprettholdt gjennom ulike rutiner. Man kan argumentere for at informantenes profil på Instagram er en forlengelse av dette narrative. Giddens (1991) mente at ens identitet ikke er ett sett med observerbare trekk, men individets egne forståelse av ens biografi. Funnene indikerer at informantenes egen framstilling reflekterer dere selvforståelse, samt hvordan de ønsker andre skal oppfatte dem. Det at innlegg på Instagram blir sett på som en investering i seg selv, kan vise til at Instagram-profilene til informantene er en forlengelse av deres biografiske narrativ. Innholdet som blir publisert forteller en historie om hvordan de ønsker å bli oppfattet og hvem de prøver å fremstille seg selv som. Dette blir forsterket ved at flere av informantene har satte rutiner, som er med på å skape, forme og opprettholde dette narrative som er deres identitet.

På den andre siden kan man diskutere informantenes framstilling på Instagram i lys av Goffmann (1959 [2016]) sin dramaturgiske tilnærming til identitet. Goffmann (1959 [2016]) mente at ens identitet kan bli sett på som et teaterstykke, hvor man framstiller seg ulikt på *front stage* og *back stage*. Ser man på sammenhengen mellom identitet og Instagram, kan man tenke at front stage, scenen, er profilen man har på plattformen. Der går en som bruker inn i en rolle som stemmer overens med de etablerte karakteristikkene man har knyttet opp til rollen man stepper inn i. Ved å se på identitet gjennom dette perspektivet så var det tydelig at tre av de mannlige informantene gikk inn i roller med klart tydelige karakteristikk. Goffmann (1959 [2016]) trekker og frem hvordan publikummet, følgerne på Instagram, har en innflytelse på etableringen av rollen. Funnene viser tendenser på at hvem som følger ens profil har en form for innflytelse på innholdet som blir publisert, men ikke i den grad at de har hatt noe innvirkning på informantenes rolle. Ut ifra funnene så handler rollen mer om hvordan de ønsker å fremstå, som allerede er etablert før følgerne blir tatt i betraktning. Dermed så har ikke publikummet noe innflytelse på selve rollen de går inn i på Instagram, men på innholdet som blir publisert gjennom rollen. Dette ser man tydelig i Peder sin framstilling av seg selv. Han ønsker å fremstå som en humoristisk person, men det er noen typer humor han ikke kan publisere fordi han har familiemedlemmer som følger profilen. Dette viser at familien har ingen innvirkning på han som humorist på Instagram, men hvordan han spiller denne humoren ut.

Instagram er et godt egnet verktøy for framstilling av identitet. Ulike plattformer gir ulike måter å konstruere og framstille ens identitet (Baym, 2015:124), Instagram som et billedbasert sosialt medium gir informantene stor kontroll over innholdet de publiserer og hvordan de ønsker å bli oppfattet. Verktøy som redigering og bildetekst har en rolle i denne framstillingen. Man kan argumentere for at funnene viser at Instagram-profilen er en forlengelse av informantene identitet med tanke på hvem de er, eller hvem de ønsker å være. Flesteparten av informantene prøver å framstille en selv fra sine beste sider, mens tre av informantene går inn i roller med tydelig etablerte karakteristikk. Det kommer frem at informantene ønsker å bli oppfattet og forstått på en viss måte av følgerne sine, som igjen kan ha innvirkning på innholdet som blir publisert.

5.4.2 Det at andre ser, har en innvirkning på hvem man er på Instagram

Som bruker av sosiale medier ønsker man å ha en innflytelse på hvordan andre oppfatter en (Aalen, 2015:66). Funnene viser at informantene tenker over at andre ser innholdet de publiserer, og da tar aktive valg for hvordan de ønsker å bli oppfattet. Personer som kollegaer eller familiemedlemmer viser seg å ha størst innvirkning på ens framstilling på Instagram. Informantene observerer dermed sine egne handlinger på plattformen, for å kunne støtte opp under måten de ønsker å bli oppfattet. Dette kan man se på som selvovervåkning, som er en konsekvens av sosial overvåkning. Der man som bruker vil observere sine egne handlinger med et bestemt publikum i tankene, som kan føre til endring eller innvirkning på innholdet man velger å dele (Marwick, 2012:379). Funnene indikerer at informantene selvovervåker sitt eget innhold, ved at flere av dem forteller at de har endret innhold med tanke på hvem de har som følgere. Det kommer tydeligst frem hos informanten Susanne som ønsker å fremstå og bli oppfattet som profesjonell av kollegaene sine.

Ved å dele innhold på Instagram velger man som bruker å eksponere seg selv for andre, som igjen vil tolke dette innholdet. Dette kan føre til at man endrer seg etter hvordan man ønsker å bli oppfattet. Filosofen Hegel mente at som menneske legger man innsats i hvordan man ønsker å bli oppfattet, og kurerer ens identitet etter det (Markham, 2017:84-85). Når man velger å eksponere seg på sosiale medier, vil man utvikle seg og endre sine handlinger ut ifra hvordan andre samspiller med innholdet (Markham, 2017:87). En måte å se på hvordan andre samspiller med innholdet man publiserer og deres innvirkning på innholdet er hos informanten Pernille. Hun forteller at hun føler hun fremstiller en mer kjedelig versjon av seg selv, ettersom det er det innholdet hun får mest respons på. Grunnen til at hun publiserer innhold er fordi hun ønsker liker-klikk og nye følgere, dermed har hun funnet en måte som fungerer for å oppnå det målet. Informantenes framstilling av dem selv blir dannet gjennom innholdet de publiserer. Dette kan knyttes til Hegels tanker om at identitetsdannelse skjer gjennom hva man gjør og hvilket valg man tar (Markham, 2017:88-89). Funnene viser at informantene tar aktive valg rundt hva de kan publisere.

Informantene konsumere store mengder innhold publisert av andre, som kan føre til at man endrer egne meninger om hva som kan bli publisert deretter (Marwick, 2012:385). Funnene viser at informantene får innflytelse fra innholdet de har et overvåkende blikk over på Instagram. Dette kommer klarest frem ved at det er likheter mellom deres og deres venners

profiler. Det kan man også se med tanke på at andre brukere må åpne dører for at innhold som skiller seg fra det informantene ser på som normen kan publiserer. Sosial overvåkning på sosiale medier handler om en pågående informasjonsheving (Marwick, 2012:382), der det vises at informantene kartlegger andres innhold og regulerer sitt eget innhold basert på denne informasjonen.

5.4.3 Sosial overvåknings rolle i framstilling av identitet

Instagram er en godt egnet plattform for framstilling av identitet. Informantenes Instagram-profil kan bli sett på som en forlengelse av deres biografiske narrativ. På ens profil publiserer man innhold om en selv, hvor informantene i denne studien ønsket å formidle en mer ideal versjon av dem selv. Derimot var det flere av informantene som ønsket å utfordre dette og bli mer personlige på plattformen. Funnene viser at informantene har ulike vaner når det kommer til publisering, som er med på å skape, forme og opprettholde ett vist narrativ. Tre av informantene går også aktivt inn i en rolle med bestemte karakteristikk om hvordan de ønsker å bli tolket av sitt publikum.

Sosial overvåknings rolle i framstilling av identitet kommer tydelig frem i informantenes bevissthet om at innholdet blir sett av andre brukere på Instagram. Andre brukere har innflytelse på hva de velger å publisere, og dermed hvordan de velger å fremstille seg selv. Dette kan knyttes opp til hvordan sosial overvåkning fører til at personer bruker et sosialt medium og regulerer sitt eget innhold basert på tanken om at andre vil se det. Dette kan føre til selvregulering og endring av innholdet (Marwick, 2012:390). På samme måte vil man også ha et overvåkende blikk over andres innhold, som fører til internalisering, hvor egne handlinger kan endres eller forsterkes ved at man anerkjenner at man blir sett (Lyon, 2018:131). Funnene viser også at andre brukere åpner opp for publisering av andre typer innhold. Dette fordi når man ser hva andre publiserer, opplever man selv at dette innholdet er akseptabelt å publisere. I de tilfellene hvor informantene ønsker å utfordre seg selv og vise frem flere av deres sider, så er det nødvendig med en bekreftelse. Denne bekreftelsen får de ved at noen andre brukere har publisert innholdet tidligere eller ved å forhøre seg med andre om innholdet er godkjent.

Funnene viser tydelige tegn på at sosial overvåkning spiller en rolle i framstilling av identitet på Instagram. På den ene siden med tanke på at informantene er bevisste på at innholdet de publiserer blir sett av andre. Dette kan føre til at man regulerer måten man fremstiller en selv.

På den andre siden så er det tegn på at informantene også regulerer egen adferd på Instagram, på grunn av de konsumerer innhold publisert av andre brukere. Dette viser klare tegn på sosial overvåknings gjensidighet, hvor man som bruker vil ha et overvåkende blikk over andres innhold og kartlegge en selv ut ifra den informasjonsinnhentingen, samtidig som man selv vil bli overvåket av andre, som kan føre til selvregulering.

Kapittel 4 og 5 har redegjort for at sosial overvåkning spiller en rolle i hvordan informantene bruker Instagram og hvordan de velger å framstille en selv. For å kunne få ett mer helhetlig bilde av sosial overvåknings rolle, er det hensiktsmessig å undersøke flere av plattformens bruksområder. Funnene indikerer at informantene regulerer eget innhold basert på andre brukere, stemmer dette når det gjelder politisk innhold også? Jeg skal i neste kapittel diskutere sosial overvåknings rolle i deling av politisk rettet innhold, ved å fokusere på hvordan og hvorfor informantene er politisk aktive på Instagram.

Kapittel 6: Politisk aktivisme og sosial overvåkning på Instagram

De to foregående kapitlene diskuterte informantenes generelle bruk av Instagram og deres framstilling av identitet. Der kom det frem at informantene bruker hovedsakelig plattformen til å holde seg oppdatert på nære relasjoner og at informantene er bevisste på hvordan de ønsker å fremstå og bli oppfattet av følgerne sine, altså beviste på framstilling av sin egen identitet. I dette kapitlet vil jeg diskutere hvilket forhold informantene har til politisk aktivisme på Instagram. Ved å undersøke om sosial overvåkning har en rolle i deling av politisk rettet innhold. Politisk rettet innhold beskriver innhold som på en eller annen måte har en form for politisk natur, som vil si politiske budskap, informasjon eller ønske om å sette noe på dagsorden. For å få et overblikk over informantenes politiske deltakelse og aktivitet på Instagram har jeg tatt i bruk bevegelsen #Blackouttuesday som et utgangspunkt i denne studien.

Dette kapitlet bruker også en temasentrert tilnærming til analysen, der hovedkategorien er politisk aktivisme. I analysen har jeg fokusert på 1) informantenes politiske aktivitet på Instagram, 2) informantenes deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday, og 3) hvorvidt det har blitt en større åpenhet i deling av politisk rettet innhold. Analysen vil bygge på de teoretiske perspektivene og begrepene presentert i kapittel 2 som omhandlet politisk aktivisme, samt presentasjonen av bevegelsen #Blackouttuesday og kritikken som fulgte med. Analysen vil ta for seg informantenes begrunnelse for deling eller ikke deling av politisk rettet innhold, ikke fokusere på meningsdannelse eller hvordan informantene tolker innholdet. Studien tar for seg flere av Instagrams bruksområder, der politisk aktivisme har blitt en stor del av bruken. Ved å se nærmere på informantenes politiske aktivitet får man et mer helhetlig bilde, som gjør det mulig å besvare hovedproblemstillingen; *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Før vi ser på informantenes deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday, vil jeg først presentere informantenes tanker om Instagram som en arena for utveksling av politisk innhold og deres politiske aktivitet på plattformen.

6.1 Instagram som en plattform for utveksling av politisk innhold

Politisk aktivisme er «den aktiviteten som forgår online gjennom internasjonale, nasjonale eller lokale protestaksjoner» (Enjolras mfl., 2013:91). På Instagram vil det omhandle politisk innhold som brukerne deler i forbindelse med en politisk bevegelse. For å se hvilken rolle

sosial overvåkning har i deling av politisk rettet innhold, vil jeg først se nærmere på informantenes forhold til Instagram som en plattform for politisk aktivisme.

Majoriteten av informantene mener det er positive sider ved Instagram som en arena for deling av politisk innhold. Plattformen gjør det mulig å spre store mengder informasjon til mange mennesker på kort tid. Informantene mener Instagram gjør det enkelt å dele innholdet videre ved bruk av historie-funksjonen. Historier er innhold som bilder og videoer som blir publisert i sin egen nyhetsstrøm og kun er tilgjengelig i 24 timer. Brukere av Instagram kan dele videre historier og innlegg som andre brukere har publisert. Funnene viser at denne delingsfunksjonen gjør det enkelt for flere å delta i en politisk bevegelse. Ved at innholdet er så lett delbart får mange av informantene tilgang til kunnskap de ikke ville hatt tilgang på om de ikke tok i bruk Instagram. Til tross for at det er store mengder informasjon mener Thomas at han ikke får med seg hele bildet:

«... eller ikke mye kunnskap, men mange små deler av kunnskap ... De formaterer det sånn at vår generasjon med oppmerksomhetspsyken vår klarer å lese det» (Thomas, 2020)

Selv om Thomas føler han får tilgang til kunnskap, er det kun små deler av det. Dette skyldes av at informasjonen ofte blir forkortet og formatert til å passe Instagrams delingsverktøy på best mulig måte. Informantene er også observante på at man er nødt til å være kildekritisk til informasjonen man får tilgang til ved bruk av Instagram. Plattformen gjør informasjon lett tilgjengelig og lett delbart, men man er fortsatt nødt til å være kildekritisk til innholdet.

«... men det er også masse feilinformasjon som kan komme. Sånn som det er med alle sosiale medieplattformer, at faren for fake news er der» (Peder, 2020)

Peder mener det er fare for feilinformasjon og *fake news* på Instagram. Flesteparten av informantene mener det er viktig å være forsiktig med informasjonen som blir innhentet via Instagram, ettersom det er lett å dele feilinformasjon og falske nyheter. I hvert fall med tanke på at innholdet ikke alltid er faktasjekket før deling.

Over halvparten av informantene mener det eksisterer negative sider ved bruken av Instagram som en arena for utveksling av politisk innhold. Der ekkokammer og algoritmer blir nevnt av fire informanter. En annen negativ side er at Instagram kan føre til *skinnsaktivisme*, eller

slaktivisme. Dette begrepet referer til ett påtatt politiskengasjement, som er begrenset til liker-klikk og kommentarer (Enjolras mfl., 2013:92). På Instagram omfatter dette også deling av politisk innhold. Flere av informantene er kritiske til innsatsen flere brukere legger i sin politiske aktivitet. De er redd for at politisk aktivisme på Instagram fører til at brukerne har gjort nok:

«... også er det på en måte at det kanskje skaper en følelse av at man har gjort nok. Fordi man deler ting, også er det sånn 'ja, nå har jeg skapt awerness om det' og da er det nok for i dag.» (Trine, 2020)

Trine mener det er lett for mennesker å føle at nå er arbeidet gjort og man trenger ikke å gjøre mer. Informanten Maria er enig med Trine. Hun mener Instagram gjør det enkelt for personer å «tjene poeng» som de ikke fortjener. Det vises at informantene er redd for at menneskers innsats stopper ved Instagram og at de ikke forsetter arbeidet utenfor plattformen. I tillegg er to av informantene kritiske til Instagram som den eneste plattformen for informasjonsinnhenting. De ser på det som et godt egnet startpunkt for å gå inn i nye temaer som kan vekke interessen, men om man vil gå i dybden burde man oppsøke andre kanaler.

Vider viser funnene at informantene syns Instagram er godt egnet til å dele informasjon, men at man er nødt til å være kildekritiske til innholdet. I tillegg til å være et verktøy for å dele kunnskap, kan Instagram bli brukt til å engasjere flere mennesker, slik Fredrik beskriver her:

«... jeg tror alle former for politisk engasjement til en viss grad er positivt med tanke på den tiden vi lever i nå. Det er viktig at folk gjør noe, at de involverer seg og prøver å forstå en politiskkomplisert verden» (Fredrik, 2020).

Fredrik ser på det som positivt at Instagram kan føre til at flere blir politisk engasjerte og involverte i hva som skjer i samfunnet. Det viser seg at flere av informantene er politiskengasjerte og involverer seg i den politiske debatten gjennom politisk aktivitet på Instagram.

6.1.1 Er informantene politisk aktive på Instagram?

Når det gjaldt hva informantene fulgte på Instagram, så var det kun fire som eksplisitt nevnte at de fulgte politiske eller nyhetsrelaterte profiler. På tross av det så viste det seg at over halvparten av informantene var politiske aktive på plattformen. Den politiske aktiviteten

utspiller seg hovedsakelig ved å dele politisk innhold i deres personlige historie. De av informantene som har delt mest politisk innhold, er de som nevner at de alltid har vært politisk aktive utenfor sosiale medier:

«Jeg har vel egentlig alltid publisert en del politisk. Det har jo kommet mer og mer at folk lager info-grafikk som du kan dele videre ... Så jeg har alltid vært litt politisk så det føltes ikke så unaturlig» (Trine, 2020)

Trine begrunner sin politiske aktivitet på at hun alltid har vært politisk av seg. Maria på sin side deler politisk innhold hun er sint på og fordi hun er sint på verden. Hun ønsker at andre skal se problemene og være med på å endre verden. De andre informantene tenker de har et ansvar for å dele, ettersom det er ingenting som hindrer dem i å spre informasjonen. Det ligger en form for ansvar i at man har en mobiltelefon og en plattform der man kan spre budskapet. Thomas forteller at det å dele politisk innhold på Instagram kan hjelpe, og han ser på det som positivt om man klarer å endre i hvert fall en persons tanker.

To av informantene nevner spesifikt at de ikke er politisk aktive på Instagram. Informanten Anders sier det er flere politiske saker han er engasjert i eller bryr seg om, men at han ikke har ført dette videre til Instagram. Frida på sin side føler hun ikke kan nok om temaene, dermed ikke kan dele videre:

«At jeg må være mer politisk engasjert om jeg skal legge ut sånne ting, og de fleste som kjenner meg vet at jeg ikke er så veldig politisk av meg» (Frida, 2020)

Frida ser ikke på seg selv som veldig politisk engasjert og tenker at hennes nære relasjoner ikke ser på hennes som en svært politisk person. Det at Frida føler hun ikke kan nok og at hun ikke er kjent som politisk fører til at hun ikke er veldig politisk aktiv på Instagram.

Informantene viser seg å være politisk aktive på Instagram ved at de deler politisk innhold i historien deres. De er mener at man kan nå mange med budskapet, som vil føre til at flere får tilgang på informasjonen. Det er ingenting som hindrer de å dele denne informasjonen. Derfor er det interessant å se nærmere på informantenes deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday.

6.2 Informantenes deltakelse i #Blackouttuesday?

#Blackouttuesday som ble presentert i kapittel 4, var en politisk bevegelse på Instagram som ble gjennomført 2. juni 2020. Dette skulle være en dag for ettertanke etter drapet på George Floyd 25. mai 2020 og dele informasjon om de systematiske urettferdighetene og rasismen innad i det amerikanske politisystemet og andre samfunnsstrukturer (Ho, 2020).

#Blackouttuesday hadde sitt utspring fra musikkmiljøet i USA og videreutviklet seg til en verdensomspennende bevegelse. Der brukere av Instagram og andre sosiale medier kunne vise solidaritet til saken, ved å dele en svart firkant enten som en historie eller i nyhetsstrømmen (Lerman, 2020).

Bevegelsen fikk mye kritikk, ettersom flere av brukerne valgte å bruke emneknaggen #blacklivesmatter sammen med bildet man publiserte. Denne emneknaggen var forbeholdt informasjon om hvordan man kunne støtte *Black Lives Matter*. Ved å bruke emneknaggen #blacklivesmatter sammen med den sorte firkanten hemmet man tilgangen til informasjon og kunnskap om hvordan man kunne hjelpe saken (Lerman, 2020). Den sorte firkanten som originalt ble brukt for å vise solidaritet til demonstrasjonene, endte opp til å bli et hinder for annen viktig informasjon.

Funnen fra de to foregående kapitlene viste at informantene innhenter store mengder informasjon gjennom Instagram. Det viste seg at hvem informantene følger har hatt innvirkning på hvordan de bruker plattformen. Dermed er det interessant å se nærmere på om informantenes deltakelse har en forbindelse med andres politiske aktivitet på Instagram, for å se om sosial overvåking spiller en rolle. I denne studien var det tre informanter som deltok i #Blackouttuesday ved å dele en sort firkant og sju valgte å ikke dele. Selv om sju av informantene ikke delte den sorte firkanten, var de opptatt av saken og deltok på andre måter.

6.2.1 Hvorfor deltok noen av informantene?

Tre av informantene var delaktige i bevegelsen #Blackouttuesday ved å publisere en sort firkant. To av informantene publiserte bildet i feeden, mens den siste delte den sorte firkanten i sin historie. Disse tre informantene var opptatt av problematikken bevegelsen tok opp og hadde et ønske å om å vise solidaritet og støtte. Det var gjennom Instagram de fikk mye informasjon om hva som skjedde i Amerika og hvordan de kunne vise sin støtte ved å spre budskapet videre.

«... en grunn er for å vise støtte, men også fordi da kan man være med på å dele budskapet videre og da» (Frida, 2020)

Frida og de to andre informantene hadde et ønske om å bidra slik at flere skulle få tilgang på budskapet. Samtidig mente de bevegelsen tok opp en viktig sak som var nødvendig å belyse. Det å vise solidaritet og spre budskapet videre var viktigere for informanten Peder, enn å holde seg til hans etablerte normer på Instagram:

«... det er en sak som har holdt på latterlig lenge og som frustrert meg over at vi fortsatt må bli påminnet på det. At selv om det ikke er noe dramatisk så valgte jeg å få utover mine egne normer og det kostet meg ingenting å gjøre det heller» (Peder, 2020)

Informantene opplevde ikke noe press til å publisere eller delta i bevegelsen, selv om det var flere av deres nære relasjoner som deltok. Pernille påpekte at hun ikke følte seg presset, men mente at nesten alle deltok i bevegelsen. Frida tenkte og at det var mange som deltok, noe som kan ha hatt innvirkning på hennes deltakelse. Likevel håpte hun at hun ville deltatt uansett. De fikk i hvert fall tilgang til store mengder informasjon gjennom andre brukere. Gjennom informasjonen delt på Instagram ble informantene oppmerksomme til kritikken bevegelsen fikk. Peder fortalte at da han først publiserte den sorte firkanten skrev han #Blacklivesmatter i bildeteksten. Da han fikk med seg hvordan dette hemmet at viktig informasjon kom gjennom, valgte han å redigere bildeteksten og fjerne emneknaggen.

Funnene viser at de tre informantene deltok i #Blackouttuesday fordi de ønsket å vise solidaritet til det bevegelsen sto for. To av informantene, Frida og Pernille, var oppmerksomme over hvor mange som deltok og tenkte alle gjorde det. Dette førte ikke til noe press for å delta i bevegelsen. Frida håpet hun hadde deltatt uansett. Peder på sin side gikk bort fra sine vanlige normer, fordi han synes det var en svært viktig sak som var nødvendig å dele videre. Frida og Peder informerte om at de leste seg videre opp på saken etter #Blackouttuesday og støtte saken gjennom ulike handlinger utenfor sosiale medier. Pernille er generelt politisk aktiv på Instagram og da var det naturlig for henne å delta i bevegelsen.

6.2.2 Hvorfor deltok noen av informantene ikke?

Sju av informantene valgte å ikke delta ved å publisere en sort firkant i feeden. Dette betydde ikke at de ikke var oppmerksomme på bevegelsen, eller bidro på andre måter. Informantene var oppdaterte på saken og problematikken bevegelsen belyste. En av årsakene til at informantene ikke deltok, var på grunnlag av kritikken bevegelsen mottok:

«Grunnen til at jeg ikke var det, var fordi jeg leste om den kampanjen da den begynte å dukke opp ... også leste jeg at litt av problemet med kampanjen var at viktig budskap om hvordan folk kunne bidra til saken forsvant fordi over hele verden ble Instagram fylt med svarte firkanter» (Fredrik, 2020)

Da Fredrik først ble oppmerksom på bevegelsen valgte han å undersøke hva den innebar. Det gjorde at han leste seg opp på kritikken bevegelsen mottok. Flere av informantene var enige i kritikken bevegelsen fikk. Dette førte til at de valgte å ta avstand og ikke delta. Trine valgte i stedet å dele informasjon om hvordan man kunne støtte *Black Lives Matter* utenom #Blackouttuesday. Det samme gjorde flere av informantene i denne gruppen. De mente de bidro mer ved å dele infografikker, skrive under på underskriftskampanjer og delta i demonstrasjoner.

Tre av informantene mente at det å dele en sort firkant hadde utslagsgivende kraft for å støtte den større saken #Blackouttuesday tok for seg. De var observante på kritikken som hadde kommet, men det var ikke den bestemmende faktoren. For Kristine så handlet det også om at hun ikke ønsket å publisere ett helt sort bilde i feeden, men hun ville ha deltatt om hun kunne ha delt den sorte firkanten som en historie. Thomas på sin side tenkte det ikke hadde en større funksjon, men at han ville ha deltatt i bevegelsen om flere av hans nære venner hadde gjort det.

«Jeg hadde tenkt om min vennegjeng står samlet bak det, om dette var en ting vi skal støtte, så hadde jeg nok bare vært med. Jeg er med guttene, om dette er en sak guttene står for» (Thomas, 2020)

Slik Thomas forklarer det her, bryr han seg om hva hans venner ser på som betydningsfullt og det er dermed viktig å stå samlet i det. Informanten Anders så heller ikke noe poeng i å dele, men innrømmer at han fikk tilgang til mye informasjon om hva som foregikk i USA i det tidspunktet gjennom de ulike emneknaggene. Han nevnte at han opplevde litt press på å legge

ut, men ønsket ikke å gjøre det bare fordi han måtte. Likevel valgte han å ikke delta i bevegelsen, selv om han syntes det var en svært viktig sak.

Informantene som ikke valgte å delta gjorde det fordi de hadde lest seg opp på kritikken mot bevegelsen og fordi de ikke så på det som hensiktsmessig å dele en sort firkant. Likevel var de opptatt av saken som ble belyst og deltok gjennom andre måter.

6.2.2.1 Hva tenker disse sju informantene om de som deltok?

Sju av informantene valgte å aktivt ikke delta i bevegelsen #Blackouttuesday. Dette førte til en interessant samtale om hva de tenkte om de som valgte å delta. Flere av disse sju informantene mente at man deltok på grunn av at alle andre gjorde det. De mente at brukerne slengte seg på bevegelsen og at det var en lett måte å få ufortjente «poeng»:

«Jeg tror mye også var at man fikk lettjente poeng. Nå har jeg sjansen for å vise at jeg bryr meg ... det å poste innlegg, det er en investering, og jeg føler at mange tenkte det var en lett investering de kan gjøre» (Maria, 2020)

Marias uttalelse reflekterer de negative aspektene med Instagram som en plattform for deling av politisk innhold. Flere av informantene mente at politisk aktivitet på plattformen kan føre til mindre aktivitet utenfor sosiale medier og få holdnings endringer. De mente også at brukere som deltok i bevegelsen ikke hadde satt seg nok inn i eller hadde nok forståelse om saken. Informantene opplevde og at det var få av de som deltok som gjorde noe utenom å dele den sorte firkanten.

Tre av informantene mente at det var flere som deltok i bevegelsen fordi de så alle andre delta. Fredrik mente at flere av brukerne som delte en sort firkant hadde en «jeg vil gjøre det riktige»-mentalitet uten at de tenkte over problematikken som ble belyst. Det han mente med dette var at om man gjør det alle andre gjør, gjør man det riktige.

«Jeg tror også for mange at det ble å hive seg på, fordi alle andre kjente postet svarte firkanter så var man sånn 'okei, skjønner svart firkant den er god'» (Trine, 2020)

På tross av dette så kunne informantene forstå at noen av de som deltok i bevegelsen var genuint interessert i problematikken og fulgte det opp på andre måter. Funnene viser at de tre

informantene som deltok i bevegelsen #Blackoutuesday hadde reflektert over saken og deltatt på andre måter. Uansett så hadde flesteparten av informantene som ikke deltok, et syn på de som deltok som mennesker som ikke hadde lest seg nok opp på problematikken. De mente også at man bare slengte seg på bevegelsen fordi alle andre gjorde det. Flere av informantene oppdaget at det var mange av deres nære relasjoner som var deltakende i bevegelsen, men som tidligere ikke har vært politisk aktive på Instagram. Der de tror disse personene deltok fordi de så mange andre delta, dermed var de selv nødt til å delta. Funnene viser at det er en pågang av politisk aktivitet på Instagram. Kan dette skyldes av at det har blitt en større åpenhet i deling av politisk innhold?

6.3 Har det blitt en større åpenhet for deling av politisk rettet innhold?

På Instagram har man tilgang til et bredt spekter av informasjon, der politisk innhold har tatt en større plass. Sosial overvåkning viser til hvordan sosiale medier fører til innhenting av informasjon (Marwick, 2012), der det tidligere i studien har vært fokus på personlig informasjon. Funnene i kapittel 5 viste hvordan informantene regulerer sitt eget innhold basert på hva andre publiserte. Dermed er det interessant å se nærmere på om dette også gjelder politisk rettet innhold. Flere av informantene følger brukere som deler politisk innhold og fire nevnte spesifikt at de fulgte politiske profiler. Det at man konsumerer politisk innhold andre deler, fører det til en større åpenhet rundt deling av slikt innhold?

Flesteparten av informantene mener at det har vært en oppblussing av politisk aktivitet på Instagram. En av årsakene til dette kan være at det har blitt en større åpenhet for deling av politisk innhold. Dette kan være fordi man ser at slik aktivitet fungerer og at det gir en stemme til alle brukerne på plattformen. Susanne tenker at det har blitt en større åpenhet på grunn av dette, men også fordi det er lite restriksjoner på Instagram.

«At det ikke er noen restriksjoner på hva man kan si, gjøre eller fremme. Det er en plattform som gir de fleste muligheten til å bruke stemmen sin uansett om du er stor eller liten eller hva det nå er ... Det er plattformer som alle kan bruke til en viss grad, det gjør at flere blir hørt, også skjønner folk at man kan bruke det til å bli hørt» (Susanne, 2020)

Det at alle har en stemme har gjort det enklere for brukerne å dele sine meninger. Dette var også en av argumentene for hvorfor informantene selv var politisk aktive på Instagram, samt

det å dele budskap de så på som viktige. Informanten Thomas mener det har blitt en større åpenhet for slikt innhold, fordi man ser at det er noe som fungerer.

En annen faktor for oppblomstringen av politisk aktivitet på Instagram kan skyldes av at flere har valgt å dele politisk innhold. Det at man ser andre dele slikt innhold kan ha innvirkning på at man selv deler politisk innhold. Slik det ble presentert tidligere i kapitlet var det ingen av informantene som deltok i #Blackouttuesday bevegelsen på grunn av at andre deltok, men det var gjennom andre at de fikk med seg informasjon og tre valgte å delta. Maria har selv fått høre at flere av hennes følgere har delt politisk innhold fordi de har vært inspirert av at hun gjør det:

«... Jeg ser en økning av mennesker som begynte etter at jeg gjorde det. Hvor flere av mine følgere har sendt meg melding og vært inspirert av meg og det jeg poster, så de har begynt de også, og sånn som det at flere poster mer» (Maria, 2020)

Maria mener at det har blitt flere som publiserer politisk innhold på Instagram, som kan ha ført til at det er trendy å dele slikt innhold. Det var to av informantene som mente at det å delta i #Blackouttuesday bevegelsen var en trend. En trend referer til langtidstendenser i utvikling (Stoltz, 2018). I denne sammenhengen vil trend vise til noe som var populært i den aktuelle tidsperioden. Susanne mente at flere av hennes nære venner valgte å delta i bevegelsen fordi de trodde de måtte gjøre det samme som alle andre gjorde. Dermed så hun på det som en trend, noe som var populært og riktig å gjøre i det tidspunktet. Trine var enig i at man kunne se på deltakelsen i #Blackouttuesday og andre politiske bevegelser som trendy, samt at slike trender kan føre til *skinnaktivisme*:

«At det fort kan bli skinnaktivisme, men samtidig så syns jeg det er litt fint at folk som kanskje vanligvis ikke er så vokal om meningene sine, at man får ett innblikk at de deler noe som de syns er veldig viktig» (Trine, 2020)

Selv om Trine ser på det som en form for *slaktivism* syns hun likevel det kan bidra til noe positivt. At mennesker som tidligere ikke har turt, nå får muligheten til å vise sine meninger. Samtidig får man ett innblikk i hva de syns er viktig. Det at politisk aktivisme har blitt trendy kan man se på som positivt for de som allerede er interesserte. Ettersom de har fått ett godt verktøy til å dele informasjon og kunnskap de ser på som viktige. Samtidig kan det ha

negative sider med tanke på at noen brukere velger å være politisk aktive fordi det er populært.

6.4 Diskusjon

Jeg skal i denne delen av kapittelet besvare det siste forskningsspørsmålet: *hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innhold?* For å kunne undersøke sammenhengen mellom sosial overvåkning og deling av politisk rettet innhold har det vært fokus på 1) informantens politiske aktivitet, 2) informantenes deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday, og 3) har sosial overvåkning ført til en større åpenhet for deling av politisk innhold? I likhet med identitetsframstilling har Politisk aktivitet blitt en stor del av Instagrams bruksområder. Dermed er det interessant å se på sosials overvåknings innvirkning på deling av politisk rettet innhold for å besvare hovedproblemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* I den videre diskusjonene vil jeg se på informantenes politiske aktivitet og om sosial overvåkning fører til en større åpenhet for deling av politisk rettet innhold.

6.4.1 Informantenes politiske aktivitet

Politisk aktivitet på Instagram er en form for politisk aktivisme. På Instagram utspiller politisk aktivisme og politisk aktivitet seg gjennom innholdet man deler. Dette innholdet referer ofte til eller er en del av større politiske aksjoner som foregår offline (Enjolras mfl., 2013:91). Flesteparten av informantene i denne studien er politisk aktive. De deler politisk innhold enten på sin egen profil eller som historie. Innholdet representerer saker som informantene ser på som viktige og omhandler ofte store sosiale problemer. Funnene viser at informantene har en *selvrealiserende* politisk deltagelse, ettersom det er saken innholdet omhandler som de synes det er viktig å ta stilling til (Aalen, 2015:230).

Kapittel 2 presenterte debatten rundt politisk aktivisme og om det fører til engasjement blant brukerne. Debatten rundt sosiale mediers potensiale til politisk engasjement er svært polarisert, der Normaliseringsteser og mobiliseringsteser er svært sentrale. Normaliseringsteser viser til at sosiale medier, som Instagram, fører til et større skille mellom de politisk engasjerte og de uengasjerte (Enjolras mfl., 2013:92). Det er dermed kun de allerede politisk aktive som vil ta i bruk sosiale medier for videre engasjement (Aalen, 2015:233). Funnene som blir presentert ut ifra informantenes egne politiske aktivitet motsier normaliseringsteser, eksemplisert gjennom informanten Frida. Hun ser ikke på seg selv som en politisk aktiv

bruker av Instagram. Til tross for det deltok hun i bevegelsen #Blackouttuesday. En av årsakene til at hun deltok var at flere av hennes nære relasjoner gjorde det. Dette førte til at hun fikk tilgang til ny informasjon om saken og ble mer informert om den. Frida valgte da å selv dele den sorte firkanten, som var et symbol for solidaritet og støtte under bevegelsen #Blackouttuesday. Funnene viser at det ikke er kun de som allerede er politisk engasjerte som bruker sosiale medier for videre politisk aktivitet. Mobiliseringstesen på sin side viser til at sosiale medier er gode arenaer for å utprøve ulike former for politisk aktivitet. Mobilisering leder og til innhenting av ny informasjon og kunnskap (Enjolras mfl., 2013:93). Dette kan føre til at flere blir interessert, samt engasjere flere (Aalen, 2013:233). Funnene viser tydelig tegn på mobilisering. Informantene mener at plattformen er godt egnet til å spre budskap og innhente informasjon om viktige samfunnsproblemer. Dette kommer tydeligst frem når det gjelder informantenes deltakelse i bevegelsen #Blackouttuesday. Selv om flere av informantene var enige i kritikken bevegelsen fikk, så var det noen som så på det som en god måte å spre budskapet videre. Informantene Peder, Pernille og Frida valgte å ta i bruk de verktøyene Instagram hadde for å kunne dele sine meninger og vise støtte. Det var og gjennom bruk av Instagram flere av informantene fikk tilgang på annen viktig informasjon om hvordan de skulle støtte saken.

De informantene som ikke deltok i #Blackouttuesday tenkte at de som deltok, gjorde det på grunn av alle andre som gjorde det. Dette betegnet informanten Trine som *skinnaktivisme*. Måten hun formulerte seg på, stemmer overens med begrepet *slaktivism*, som betegner en påtatt form for politisk engasjement som er begrenset til å gjøre et minimum som er forventet (Enjolras mfl., 2013:92). I dette tilfellet er det å dele den sorte firkanten. Mye av kritikken informantene hadde om de som deltok, handlet om det å bruke minimalt med innsats for å vise at man tar stilling til saken. De oppfattet deltakelsen som en symbolsk handling. Ifølge informantene som delte så var det ikke en symbolsk handling, det var en genuin interesse til bevegelsen. Dette motstrider med tankene til de av informantene som ikke deltok om at deltakelsen var en form for slaktivism.

Ved å se informantenes politiske aktivitet i sammenheng med mobiliseringstesen, kan man knytte det opp til sosial overvåking. Mobiliseringstesen, som nevnt, ser på sosiale medier som en god arena for innhenting av informasjon og kunnskap angående politiske temaer (Enjolras mfl., 2013:93). Sosial overvåking på samme måte tar for seg informasjonsinnhenting på sosiale medier (Marwick, 2012:382). Funnene viser at

informantene bruker Instagram til å holde seg oppdatert og innhente informasjon om hva venner og bekjente gjør. Dermed får de også informasjon om hva som skjer i verden. Dette oppstår ved at informantene ser på politisk innhold publisert av andre. For selv om informantene ikke opplevde å bli presset til å delta på #Blackouttuesday, var det flere av informantene som fikk ny informasjon om saken gjennom venner og bekjente som deltok. Man kan derfor se på informantenes politiske aktivitet på Instagram som en blanding mellom mobiliseringstesen og sosial overvåkning. Dermed vil hva andre brukere på plattformen dele føre til at man får tilgang på viktig informasjon om ulike samfunnsproblem. Ved å se andre dele innhold, får man kunnskap og kan selv velge å dele videre, som igjen fører til at flere får tilgang til informasjon.

6.4.2 Fører sosial overvåkning til deling av politisk rettet innhold?

Som nevnt viser sosial overvåkning til den konstante informasjonsinnhentingen som er en del av bruken av sosiale medier, slik som Instagram. Dette omfatter både deling av innhold og kartlegging av andres innhold (Marwick, 2012:382). Brukere av Instagram innhenter ett bredt spekter med informasjon, inkludert personlig informasjon og politisk informasjon. Kapittel 4 diskuterte hvordan informantene har endret Instagrambruken sin fra da de først ble aktive. Funnene viste at informantene har tilpasset eget innhold, med tanke på innholdet andre deler. Kapittel 5 diskuterte informantenes framstilling av identitet. Funnene viste at informantene regulerte sitt eget innhold med tanke på at andre brukere vil se innholdet og at de ser innhold delt av andre. Man kan se tegn til at sosial overvåkning er en av årsakene til at informantene regulerer eget innhold og tilpasser seg andre brukere. Det er derfor interessant å se om sosial overvåkning har lik innvirkning på deling av politisk rettet innhold. Funnene viser tegn til at en slik overvåkingspraksis har ført til en større åpenhet rundt deling av politisk rettet innhold.

De fleste av informantene i denne studien er politisk aktive på Instagram. Det er tydelig at de innhenter kunnskap og informasjon om viktige saker, som de deler videre. Informasjonen har informantene fått tilgang til gjennom nære relasjoner eller ved å følge politiske eller nyhetsbaserte profiler. Det er stor enighet blant informantene at det har vært en oppblomstring av politisk rettet innhold det siste året, som kan ha ført til en større åpenhet rundt deling av slikt innhold. Dette så man spesielt i sammenheng med bevegelsen #Blackouttuesday. Tre av informantene deltok fordi de ønsket å vise støtte, samt dele budskapet videre. Informantene

som ikke deltok, gjorde det på grunn av kritikken bevegelsen fikk. Likevel var det gjennom Instagram de fikk informasjon om hvordan de kunne vise støtte på andre måter.

Sosial overvåkning viser til hvordan man som bruker av sosiale medier har et overvåkende blikk over andres innhold. Det er dermed en pågående informasjonsinnhenting, som kan føre til regulering av egne handlinger på plattformen (Marwick, 2012). På samme måte vil eget innhold bli overvåket av andre brukere, som kan føre til endring av egne handlinger (Lyon, 2018:131). Funnene viser at informantene har et overvåkende blikk over innholdet de ser på Instagram. Dette gjelder både politisk og personlig innhold. Dermed kan det at man ser andre publisere politisk innhold føre til at man selv velger å dele samme type innhold. Årsaken til det kan være at man ønsker å vise andre brukere på Instagram at man er bevisste over hva som skjer i samfunnet. Dette viste seg derimot å ikke stemme med synet til informantene som deltok i bevegelsen #Blackouttuesday. Peder, Pernille og Frida anerkjente at det var flere av deres nære relasjoner som deltok, men det var ikke årsaken til at de selv deltok. De delte den sorte firkanten for å vise støtte til bevegelsen og så på deltakelsen som en god måte å spre budskapet videre og vise solidaritet. Det var derimot fra andre brukere de først fikk tilgang til informasjon fra. Funnene viser dermed at informantene ikke regulerte sine egne handlinger, som deling av politisk rettet innhold, på grunn av andre. Likevel hadde andre brukere innvirkning, ettersom det var gjerne fra andre man fikk tilgang til informasjonen.

Funnene i oppgaven viser at det har vært en oppblomstring av politisk aktivitet blant brukerne av Instagram og at det har blitt en større åpenhet for deling av politisk rettet innhold. En av årsakene til dette kan være at flere av brukerne på Instagram har valgt å bruke plattformen for å dele sine meninger og spre sine politiske budskap. Mer politisk innhold på plattformen vil føre til større konsum av slikt innhold. Det er og tydelig at andres politiske aktivitet har en innvirkning på at man selv velger å dele politisk innhold. Dette ser man for eksempel hos informanten Maria. Hun forteller at andre brukere av Instagram har blitt inspirert av henne til å bli mer politisk aktive og dele politisk innhold. Andre brukere har hatt et overvåkende blikk over Marias bruk av Instagram, dermed selv valgt å dele politisk innhold.

Ut ifra funnene ser man tegn til at sosial overvåkning spiller en rolle i deling av politisk rettet innhold. Det er tydelig at informantene har et overvåkende blikk og observerer politisk rettet innhold publisert på Instagram. Sosial overvåkning viser til hvordan man som bruker kontinuerlig innhenter ulik informasjon, som kan føre til at man regulerer eget innhold basert

på andre brukere av det sosiale mediet (Marwick, 2012:382). Flere av informantene var politisk aktive på Instagram ved at de konsumerte og delte politisk innhold. Mye av denne informasjonen stammer fra andre brukere av plattformen. Innhenting av slik informasjon har innvirkning på informantenes deltakelse i politiske bevegelser som #Blackouttuesday. Det at andre deltar i bevegelser har ikke noe innvirkning på deltakelse, men det fører til en større åpenhet for deling av politisk rettet innhold. Dermed vil det å overvåke politisk innhold føre til at man tar aktive valg om å delta i en bevegelse eller ikke, samt føre til at flere velger å dele slikt innhold. Det at flere velger å delta i en bevegelse kan også føre til trender, at det er populært å delta, som kan føre til flere deltakere.

Kapittel 7: Konklusjon

Denne studien har undersøkt sosial overvåkning på Instagram for å besvare problemstillingen: *hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram?* Sosiale medier, som Instagram, legger til rette for at brukerne av plattformene kan dele innhold, samt følge med på innholdet andre publiserer. Sosial overvåkning viser til hvordan sosiale medier blir brukt for å kartlegge og holde seg oppdatert på hva venner og bekjente holder på med og hvordan de har det (Marwick, 2012:378). Denne formen for overvåkning setter fokus på gjensidigheten mellom brukerne av et sosialt medium, som Instagram. Brukere av Instagram blir en del av et større publikum, som er sammensatt av ens nettverk på plattformen, der man som deltager konsumerer og deler innhold. Man leser, gir liker-klikk og kommenterer innhold delt av andre, samtidig som man selv publiserer innhold som vil bli lest, kommentert eller få liker-klikk fra andre. Dermed vil brukere av Instagram overvåke, samt bli overvåket av andre brukere (Marwick, 2012:382-384).

Sosial overvåknings rolle i bruken av Instagram, har blitt undersøkt gjennom forsknings-spørsmålene: 1) *hvilken rolle har sosial overvåkning i framstilling av identitet* og 2) *hvilken rolle har sosial overvåkning i deling av politisk rettet innhold?* Ved å rette fokuset på sentrale bruksområder på Instagram, er det mulig å få ett mer helhetlig bilde av sosial overvåknings rolle. Funnene i studien viser at denne formen for overvåkning finner sted innen de sentrale bruksområdene og har en innvirkning på informantenes bruk av plattformen.

Når det gjelder den generelle bruken av Instagram er det tydelig at informantene bruker plattformen for å holde seg oppdatert om hva venner og bekjente gjør. Utover dette er det flere tegn til sosial overvåkning i den generelle bruken av plattformen. På den ene siden viser funnene i denne studien at brukere av Instagram tilpasser sin egen bruk, basert på hvordan andre bruker plattformen. Dette kan skyldes av at sosial overvåkning, å se og bli sett, har innvirkning på hvordan man velger å bruke ett sosialt medium, som Instagram (Marwick, 2012:379). Det at en slik overvåkningspraksis kan ha en innflytelse, vises gjennom informantenes endring i bruken av Instagram. Eksempelvis forteller Kristine at hun har endret typen innhold hun publiserer, på grunn av hva andre deler. Hun regulerte sin egen adferd på Instagram, med tanke på hvordan andre bruker plattformen. Informantene mener innholdet på Instagram har utviklet seg fra mer arbitrære hverdagshendelser, til en mer «jeg skal vise deg hvor fin jeg er»-plass, som fortalt av informanten Thomas.

På den andre siden er sosial overvåkning synlig gjennom handlingen instastalking. Denne handlingen viser til å aktivt klikke seg inn på en profil for å studere innholdet til vedkommende. Informantene i denne studien instastalker fordi de ønsker å få mer informasjon eller danne seg et bilde av hvem vedkommende er. Denne handlingen blir hovedsakelig gjort ovenfor personer informantene har kjennskap til på ulike måter. Instastalking er den tydeligste formen for overvåkning som foregår på Instagram. Ettersom det er en fokusert og systematisert handling for å innhente personlig informasjon (Lyon, 2007:14). Ut ifra funnene er det tydelig at sosial overvåkning spiller en rolle i den generelle bruken av Instagram, ved at informantene bruker Instagram for å holde seg oppdatert på hva venner og bekjente gjør, de har endret sin egen bruk basert på hvordan andre bruker plattformen og de klikker seg aktivt inn på profiler for å innhente personlig informasjon om vedkommende.

Instagram er en godt egnet plattform for framstilling av identitet. Gjennom Instagram får brukerne mulighet til å dele innhold som reflekterer hvem de er og hvordan de har det. De fleste av informantene i denne studien ønsker å framstille en ideal versjon av dem selv, gjennom å publisere estetisk og visuelt fine bilder og bilder som viser dem fra deres fineste sider. Informantene har ulike rutiner når det gjelder publisering. Innholdet man deler er med på å skape, forme og opprettholde deres identitet på Instagram. Når det gjelder sosial overvåkings rolle, er det tydelige tegn på at overvåkingspraksisen har innvirkning på hvordan man velger å framstille seg selv på plattformen. Dette vises i særlig gjennom informantenes selvovervåkning. Selvovervåkning er en konsekvens av sosial overvåkning. Brukere av sosiale medier, som Instagram, observerer og vurderer sitt eget innhold med et bestemt publikum i tankene. Dette kan ha innvirkning på innholdet man publiserer, ettersom man publiserer med tanke på at det vil bli sett av andre brukere, samt at man endrer sin egen adferd som et resultat av å bli overvåket av andre brukere (Marwick, 2012:381-382).

På samme måte vil man regulere eget innhold, basert på innhold andre publiserer. Ved å konsumere store mengder innhold publisert av andre, vil man endre egne valg om hva som kan bli publisert deretter (Marwick, 2012:385). Funnene i denne studien indikerer at informantene blir påvirket av innholdet de har et overvåkende blikk over. Dette kommer tydelig frem ved at flere av informantene mener det er likheter mellom deres egne og deres venners profiler. Det kommer og frem at om andre brukere av Instagram deler innhold som skiller seg fra det informantene ser på som normen, åpnes det opp for at slikt innhold kan bli

publisert av en selv og andre. Funnen viser dermed at sosial overvåkning har en aktiv rolle i framstilling av seg selv og sin identitet. Dette kommer i særlig grad frem med tanke på at informantene er bevisste over at innholdet de publiserer vil bli overvåket av andre, samt at de overvåker innhold publisert av andre. Både det at de blir overvåket og overvåker andre har innvirkning på deres framstilling av identitet.

For å undersøke sosial overvåknings rolle i deling av politisk rettet innhold ble bevegelsen #Blackouttuesday brukt som et eksempel. Deltakelsen i bevegelsen ble gjort gjennom å dele en sort firkant på Instagram. Denne firkanten skulle vise solidaritet og støtte til *the Black Community* under protestene i USA etter drapet på George Floyd 25. mai 2020 (Ho, 2020). Bevegelsen fikk mye kritikk, fordi flere av brukerne som delte firkanten brukte emneknaggen #blacklivesmatter. Dette førte til at de sorte firkantene hindret viktig informasjon om hvordan man kunne støtte *Black Lives Matter* kom frem. I denne studien deltok tre av informantene, Peder, Pernille og Frida. De andre syv informantene deltok ikke grunnet kritikken bevegelsen mottok, samt at de så på det som slacktivisme. Funnene viser at Instagram er godt egnet til mobilisering og deling av politisk innhold. Mobiliseringstesen viser til at sosiale medier, som Instagram, er gode arenaer for innhenting av ny informasjon og kunnskap, samt føre til nye former for politisk aktivitet (Enjolras mfl., 2013:93). Når det gjelder #Blackouttuesday, fikk de fleste av informantene informasjon og kunnskap om bevegelsen gjennom Instagram. Dette førte til at tre av informantene valgte å delta ved å dele den sorte firkanten. De deltok fordi de ønsket å vise støtte og dele budskapet videre. De syv informantene som ikke deltok opplevde at de som gjorde det, gjorde det fordi andre på Instagram deltok. De så på det som en symbolsk handling for å få «lettjente poeng». Likevel var det gjennom Instagram informantene fikk informasjon og ny kunnskap om saken og temaet bevegelsen handlet om.

Trekker man inn sosial overvåkning i informantenes deltakelse i #Blackouttuesday og politiske aktivitet, er det tegn på at overvåkningspraksisen har en viss rolle. Mobiliseringstesen, som nevnt, ser på sosiale medier som en god arena for innhenting av kunnskap og utprøving av nye former for politisk aktivitet (Enjolras mfl., 2013:93). På samme måte vil sosial overvåkning føre til informasjonsinnhenting (Marwick, 2012:382). Funnene i studien viser at informantene tilegner seg informasjon om hva som skjer i verden gjennom Instagram, men endret ikke egen adferd på plattformen fordi de leste denne informasjonen. Informantene regulerte ikke egen politisk aktivitet, på grunn av andre brukere på plattformen, slik man så med tanke på framstilling av identitet. Det førte derimot til større åpenhet rundt deling av

politisk rettet innhold, når flere valgte å dele den type innhold. Gjennom andre brukere fikk man tilgang til ny informasjon og kunnskap, som kan føre til at man velger å delta i en bevegelse som #Blackouttuesday. Det viste seg at andres politiske aktivitet på Instagram ikke førte til at man selv ble politisk aktiv, men det førte til en større åpenhet for deling av politisk rettet innhold. Det at flere delte politisk rettet innhold førte til at flere opplevde at de kunne, men ikke at de måtte dele slikt innhold. Ved å ha et overvåkende blikk over politisk innhold vil det føre til at man vil ta aktive valg om å delta i en bevegelse eller ikke, samt føre til spredning av ny og viktig informasjon.

Men, hvilken rolle har sosial overvåkning i bruken av Instagram? Sosial overvåknings rolle innad bruken av Instagram varierer mellom de ulike bruksområdene studien har undersøkt. Overvåkningspraksisen har størst rolle når det gjelder framstilling av identitet og den generelle bruken av Instagram, mens det var mindre tegn på sosial overvåknings innvirkning på deling av politisk rettet innhold. Funnene i denne studien viser at brukere av Instagram regulerer egen adferd i bruken av plattformen, med tanke på andre brukere. At man har et overvåkende blikk over innholdet man har tilgjengelig gjennom nyhetsstrømmen, samt er man bevisste over at eget innhold vil bli overvåket av andre brukere.

Litteraturliste:

- Aalen, I. (2013) *En Kort Bok om Sosiale Medier*. Bergen: Fagbokforlaget
- Aalen, I. (2015) *Sosiale Medier*. Bergen: Fagbokforlaget
- Aas-Hansen, S. (2015) *Perfekt på Insta, stygg på Snap. En undersøkelse av unges bruk av Instagram og Snapchat*. Masteroppgave. Oslo: Universitet i Oslo.
- Albrechtslund, A. (2008) Online Social Networking as Participatory Surveillance. *First Monday*, 13(3). doi: 10.5210/fm.v13i3.2142
- Alhabash, S. & Ma, M. (2017) A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students?. *Social media + Society*. doi: 10.1177/2056305117691544
- Appelruth, S. & Desfor-Edles, L. (2016) *Classical and Contemporary Sociological Theory*. 3. Utg. Los Angeles: SAGE
- Baym, N. (2015) *Personal Connections in the Digital Age*. 2. Utg. Cambridge: Polity Press
- Bentham, J. (2018) The Panopticon, i Monahan, T. & Murakami, D.W (red.) *Surveillance Studies: A Reader*. New York: Oxford University Press, s. 31-35.
- Brennen, B.S. (2017) *Qualitative Research Methods for Media Studies*. 2. Utg. New York: Routledge
- Bryman, A. (2016) *Social Research Methods*. 5. Utg. Oxford: Oxford University Press, Incorporated
- Coscarelli, J. (2020) #BlackoutTuesday: A Music Industry Protest Becomes a Social Media Moment. *The New York Times*, 4. Juni. Tilgjengelig fra: <https://www.nytimes.com/2020/06/02/arts/music/what-blackout-tuesday.html> (Hentet: 13. mars 2021)
- Deleuze, G. & Guattari, F. (1987) *A thousand plateaus: capitalism and schizophrenia*. Minneapolis: University of Minnesota Press

Ellison, N.B. & boyd, d. (2013) Sociality Through Social Network Sites, i Dutton, W.H (red.) *The Oxford Handbook of Internet Studies*. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199589074.013.0008

Enjolras, B. m.fl. (2013) *Liker - Liker Ikke*. Oslo: Cappelen Damm

Ericsson, K.A. & Simon, H.A. (1980) Verbal Reports as Data, *Psychological Review*, 87(3), s. 215-251. Tilgjengelig fra: <https://psycnet.apa.org/fulltext/1980-24435-001.pdf> (Hentet: 20. November 2020)

Fonteyn, M., Kuipers, B. & Grobe, S.J. (1993) A Description of Think Aloud Method and Protocol Analysis. *Qualitative Health Research*, 3(4), s. 430-441. doi: 10.1177/104973239300300403

Foucault, M. (2002) Power: Essential works of Foucault 1954-1984, Vol. 3 (Red) Faubion. J.D. London: Penguin Books. Referert i: Galic, M., Timan, T. & Koops, B. (2017) Bentham, Deleuze and Beyond: An Overview of Surveillance Theories from the Panopticon to Participation. *Philos. Technol*, 30. s. 9-37. doi: 10.1007/s13347-016-0219-1

Foucault, M. (2007) Security, territory, population: lectures at the college de France 1977-1978 (red) Senellart, M. Referert i: Galic, M., Timan, T. & Koops, B. (2017) Bentham, Deleuze and Beyond: An Overview of Surveillance Theories from the Panopticon to Participation. *Philos. Technol*, 30. s. 9-37. doi: 10.1007/s13347-016-0219-1

Galic, M., Timan, T. & Koops, B. (2017) Bentham, Deleuze and Beyond: An Overview of Surveillance Theories from the Panopticon to Participation. *Philos. Technol*, 30. s. 9-37. doi: 10.1007/s13347-016-0219-1

Gauntlett, D (2008) *Media, Gender and Identity: An Introduction*. 2. Utg. Oxon: Routledge

Gentikow, B. (2005) *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-forlaget

Giddens, A (1991) *Modernity and Self-Identity*. Cambridge: Polity Press

Goffman, E. (1959) The Presentation of Self in Everyday Life. Referert i: Appelruth, S. & Desfor-Edles, L. (2016) *Classical and Contemporary Sociological Theory*. 3. Utg. s. 549-562 Los Angeles: SAGE

- Grace, J.H, Zhao, D. & boyd, d. (2010) Microblogging: what and how can we learn from it? *Chi'10 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. s. 4517-4520. doi: 10.1145/1753846.1754188.
- Gripsrud, J. (2011) *Mediekultur, Mediesamfunn*. 4. Utg. Oslo: Universitetsforlaget
- Haggerty, K.D. & Ericson, R.V. (2000) The surveillance assemblage. *British Journal of Sociology*, 51(4), s. 605-622
- Haylock, Z. (2020) How Did #BlackOutTuesday Go So Wrong So Fast? *Vulture*, 2. Juni. Tilgjengelig fra: <https://www.vulture.com/2020/06/blackout-tuesday-guide.html> (Hentet: 13. Mars 2021)
- Hinostroza, J.E. mfl. (2018) Browsing the Internet to Solve Information Problems: A Study of Students' Search Actions and behaviours Using a 'Think Aloud' protocol, *Education and Information Technologies*, 23. s. 1933-1953. doi: 10.1007/s10639-018-9698-2
- Ho, B. (2020) A social media 'blackout' enthralled Instagram. But did it do anything?, *NBC News*, 13. Juni. Tilgjengelig fra: <https://www.nbcnews.com/tech/social-media/social-media-blackout-enthralled-instagram-did-it-do-anything-n1230181> (Hentet: 13. mars 2021)
- Ipsos (2020) *Instagram er 10 år – hvem er daglige brukerne*. Tilgjengelig fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/instagram-er-10-ar-hvem-er-daglige-brukerne> (hentet: 20. november 2020)
- Ipsos (2021) *Ipsos SoMe-tracker Q1 '21*. Tilgjengelig fra: <https://www.ipsos.com/nb-no/ipsos-some-tracker-q121> (Hentet: 11. juni 2021)
- Joison, A.N. (2008) 'Looking at', 'Looking up' or 'Keeping up with' People? Motives and Uses of Facebook. *CHI 2008*. s. 1027-1036. doi: 10.1145/1357054.1357213
- Johannessen, I.A (2016) «Koffer har isje eg det du har?» *Selvpresentasjon og sosial sammenligning blant unge jenter på Instagram*. Masteroppgave. Bergen: Universitetet i Bergen.

- Jourdenais, R. Mfl. (1995) Does Textual Enhancement Promote Noticing? A Think-Aloud Protocol Analysis, i Schmidt, R. (1995) *Attention and Awareness in Foreign Language Learning*. Hawaii: University og Hawai'I Press
- Kormelink, T.G. & Meijer, I.C. (2018) What Click Actually Mean: Exploring Digital News User Practices, *Journalims*, 19(5). S. 668-683. doi: 10.1177/1464884916688290
- Lampe, C., Ellison, N. & Steinfield, C. (2006) A Face(bbok) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing. *CSCW'06*. s.167-170. doi: 10.1145/1180875.1180901
- Leaver, T., Highfield, T. & Crystal, A. (2020) *Instagram: Visual Social Media Cultures*. Cambridge: Polity Press
- Lerman, R. (2020) Why some Black Lives Matters supporters are upset about those black squares on Instagram, *The Washington Post*, 2. Juni. Tilgjengelig fra: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/06/02/black-out-tuesday-black-lives-matter-instagram/> (Hentet: 13. mars 2020)
- Lyon, D. (2007) *Surveillance Studies: An Overview*. Cambridge: Polity Press
- Lyon, D. (2018) *The Culture of Surveillance: Watching as a Way og Life*. Cambridge: Polity Press
- Madison (2018) *What makes a meme go viral?* Tilgjengelig fra: <https://madisonicole.medium.com/meme-ology-studying-patterns-in-viral-media-f1931b3d1c7e> (Hentet: 10. april 2021)
- Mahoney, J. mfl. (2016) Constructing the Visual Online Political Self: An Analysis of Instagram Use by the Scottish Electorate. *Chi'16 Proceedins of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. s. 3339-3351. doi: 10.1145/2858036.2858160
- Markham, T. (2017) *Media & Everyday Life*. London: Palgrave
- Marwick, A (2012) The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life. *Surveillance & Society*, 9(4). s. 378-393. doi: 10.24908/ss.v9i4.4342
- Marx, G. (2015) Surveillance Studies. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 2(23), s. 733-741. doi: 10.1016/B978-0-08-097086-8.64025-4

- Monahan, T. & Murakami, D.W (2018) *Surveillance Studies: A Reader*. New York: Oxford University Press
- Park, M.S., Ju, Y. & Shin, J.K. (2015) A Taxonomy of Social Networking Site Users: Social Surveillance and Self-surveillance Perspective. *Psychology & Marketing*, 32(6). s. 601-610. doi: 10.1002/mar.20803
- Petrie, H. & Precious, J. (2010) Measuring User Experience of Websites: Think Aloud Protocols and an Emotion Word Prompt List, *Chi'10 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*, s. 3673-3678. doi: 10.1145/1753846.1754037
- Schröder, K. mfl. (2003) *Researching Audiences*. London: Arnold
- Stoltz, G. (2018) *Trend*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/trend> (Hentet: 15. mai 2021)
- Thagaard, T. (2009) *Systematikk og Innlevelse: En Innføring i Kvalitativ Metode*. 3. Utg. Bergen: Fagbok Forlaget.
- The Show Must Be Paused (u.å) *Our Mission*. Tilgjengelig fra: <https://www.theshowmustbepaused.com/ourmission> (Hentet: 13. mars 2021)
- Tirkkonen-Condit, S. (1990) Professional vs. Non Professional Translation: A Think-Aloud Protocol Study, i Halliday, M.A.K., Gibbons, J. & Nicholas, H. (red.) *Learning, Keeping and Using Language*. 2. Utg. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
- Trottier, D. (2011) A Research Agenda for Social Media Surveillance, *Fast Capitalism*, 8(1), s. 59-68. doi: 10.32855/fcapital.201101.008
- van den Haak, M., De Jong, M. & Schellens, P.J. (2003) Retrospective vs. Concurrent Think Aloud Protocols: Testing the Usability of an Online Library Catalogue, *Behaviour & Information Technology*, 22(5), s. 339-351. doi: 10.1080/0044929031000
- van der Schyff, K. & Flowerday, S. (2019) Social medie surveillance: A personality-driven behaviour model, *South African Journal of Information Management*, 20(1), s.1-9. doi: 10.4102/sajim.v21i1.1034

von Tetzchne, S. (2020) *Identitet*. Tilgjengelig fra: <https://snl.no/identitet>. (Hentet: 23. mars 2021)

Wiken, E. (2020) Instagram som «et tredje rom». *Norsk Medietidskrift*, 107(1), s. 1-15. doi: 10.18261/ISSN.0805-9535-2020-01-03

Zahidi, Z., Peng Lim, Y. & Wood, P.C. (2014) Understanding the User Experience (UX) Factors That Influence User Satisfaction in Digital Culture Heritage Online Collections for Non-Expert Users, *Science and Information Conference*. s. 57.63. doi: 10.1109/SAI.2014.6918172

Zuboff, S. (2019) *The Age of Surveillance Capitalism*. London: Profile Books Ltd.