



**INSTITUTIONEN FÖR SOCIOLOGI OCH  
ARBETSVETENSKAP**

# **UNGDOMARS IDENTITET OCH ATTITYDER PÅ SOCIALA MEDIER**

**Rani Kerio**

---

Examensarbete:	15 HP
Program/kurs:	SC1502 Examensarbete i sociologi
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	VT 2023
Handledare:	Carl Cassegård

## Abstract

Titel: Ungdomars identitet och attityder på sociala medier  
Författare: Rani Kerio  
Handledare: Carl Cassegård  
Examinator: Anna Samuelsson  
Typ av arbete: Examensarbete för kandidat i sociologi, 15 HP  
Tidpunkt: VT 2023  
Antal tecken med blanksteg: 63 654

Syfte: Syftet med denna studie är att sociologiskt analysera relationen mellan sociala medier och ungdomars identitetsskapande samt ungdomars upplevelser av sociala medier i relation till identitetsskapande.

Frågeställningar:

- Hur ser relationen ut mellan ungdomars identitet och sociala medier som ett socialt fält?
- Hur upplever ungdomar att sociala medier påverkar deras identitetsskapande?

Metod och material: För att erhålla ett tydligt resultat har tillvägagångssättet varit genom en kvalitativ metod som innebar semistrukturerade intervjuer med fyra respondenter mellan 17–19 år gamla, detta för att få en djupare förståelse för ungdomars identitet och framför allt deras upplevelser på sociala medier.

Huvudresultat: Resultatet i studien är att ungdomar tenderar att publicera bilder, inlägg och videos i syfte att visa sin identitet och personlighet på ett socialt fält som sociala medier. Sociala medier blir därmed en plats för ungdomar att mötas offentligt och ge varandra respons och reaktioner på det som läggs ut i form av olika funktioner såsom “likes” och “kommentarer”, detta i sin tur gör att ungdomar på olika sociala plattformar blir mer eller mindre beroende av varandra för att upprätthålla sin identitet och ett mänskligt samspel blir huvudsyftet i det sociala fältet sociala medier. Ungdomars upplevelser är att det finns en påverkan på deras identitetsskapande, det framkommer att de har medvetna attityder om att sociala medier kan påverka deras identitetsskapande både positivt och negativt. Ungdomar upplever också att identitet spelar en avgörande roll för deras sociala relationer.

Nyckelord: Attityd, identitet, mänskligt samspel, rollövertagande, socialt fält och sociala medier.

## **Förord**

Denna termin närmar sig slutet och en ny era börjar snart. Att skriva C-uppsats har varit en tid fylld med missräkning och irritation men också lycka och spirande optimism. Det finns antal personer som är bakom anledningen till att denna uppsats har blivit skriven. I detta avsnitt vill jag passa på och tacka dessa personer.

Först och främst vill jag rikta ett stort tack till samtliga deltagare som har bidragit med oerhört viktiga erfarenheter och upplevelser på sociala medier. Utan er hade denna studie inte kunnat genomföras på samma sätt som den har blivit.

Ett nästa stort tack vill jag rikta till min handledare och professor Carl Cassegård. Det har varit en ära att ha dig vid min sida längs vägen. Tack för all kunskap och vägledning. Det har varit tryggt att ha dig som handledare.

Sist men inte minst vill jag rikta ett stort tack till min familj och framför allt A.Milakovic. Tack för uppmuntran i med-och motgång och tack för att ni alltid har trott på mig!

Göteborg, juni 2023

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Bakgrund	1
1.2 Problemformulering	2
1.3 Syfte och frågeställningar	3
1.4 Avgränsningar	3
<b>2. Tidigare forskning</b>	<b>5</b>
2.1 Sociala medier	5
2.2 Identitetsskapande genom sociala medier	6
2.3 Fördelar och nackdelar med sociala medier	6
<b>3. Teori</b>	<b>8</b>
3.1 Identitetsskapande och rollövertagande	8
3.1.1 Vad är definitionen av identitet?	8
3.1.2 George Herbert Mead	9
3.2 Socialt fält av Bourdieu	10
3.3 Attityd	11
<b>4. Metod</b>	<b>13</b>
4.1 Studiens tillvägagångssätt	13
4.2 Val av metodansats	14
4.3 Kvalitativ metod	14
4.4 Primär och sekundära data	15
4.5 Urval	15
4.6 Intervju	16
4.7 Transkribering	17
4.8 Etik	17
4.9 Metodkritik	18
4.9.1 Reliabilitet och Validitet	18
<b>6. Empiriska Resultat och Analys</b>	<b>20</b>
6.1 Sociala medier som ett socialt fält	20
6.2 Ungdomars identitetsskapande och rollövertagande på sociala medier	23
6.3 Ungdomars attityder och upplevelser på sociala medier	25
<b>7. Slutsats</b>	<b>27</b>
7.1 Hur ser relationen ut mellan ungas identitet och sociala medier som socialt fält?	27
7.2 Hur upplever ungdomar att sociala medier påverkar deras identitetsskapande?	28

<b>8. Diskussion .....</b>	<b>30</b>
<b>9. Referenslista.....</b>	<b>31</b>
<b>Bilagor .....</b>	<b>35</b>
Bilaga 1 Informations och samtyckesbrev.....	35
Bilaga 2 Intervjuguide .....	36

# 1. Inledning

*Detta avsnitt kommer att inledas med bakgrund som beskriver ungas identitet och upplevelser i relation till sociala medier. Vidare kommer problemformuleringen och syftet att presenteras. Studiens frågeställningar och avgränsningar kommer även att tas upp.*

## 1.1 Bakgrund

Ungdomar lever en stor del av sina sociala liv på internet idag. Sedan början av 2000-talet har digitaliseringen blivit vanligt inslag i människors vardag. Internet hjälper oss att utveckla kommunikation, socialisera med andra människor oavsett geografiska gränser och utöka kunskapen om olika samhällsfenomen. I följd av utvecklingen av teknologin skapas också nya sociala plattformar på internet och sociala medier blir alltmer en daglig användning av ungdomar (Bremberg, Jägerskog & Mannby, 2019).

Sociala medier har ändrat och påverkat sättet för ungdomar att socialisera sig med varandra. Nya plattformar på internet skapas och varje plattform utgör en specifik egenskap med syfte att kommunicera och interagera med andra. En årsrapport från Bris (Bremberg et al., 2019) visar att 80% av dagens ungdomar utvecklar sina sociala relationer med omvärlden mer digitalt än fysiskt. Detta är ett tydligt tecken på hur sociala medier har blivit allt större och utgör en viktig del av ungdomars vardag (Bremberg et al., 2019).

Sociala medier har blivit en vanlig plats för unga att hitta och skapa nya kontakter som delar gemensamma intressen. Tonårsperioden är ett viktigt formativt livsstadium, flera faktorer såsom olika sociala relationer kan ha en betydande roll för identitetsskapande och uppväxt. Identitet enligt sociologen Giddens (1999) är förmågan att upprätthålla sociala relationer, orientera sig på olika sociala platser och skapa bekväma vanor och utvecklas under tonåren. Detta sätter också hög press på ungdomar, framför allt motivationen att uppfylla kraven och normerna som omringar ungdomars vardag men också strävan efter acceptans i den sociala omgivningen och rädslan för att hamna utanför och anses som en avvikande figur (Hiltunen, 2017).

Hiltunen (2017) skriver vidare om den sociala hierarkin på sociala medier som finns bland ungdomar, som dessa ungdomar också är fullt medvetna om. Det är en fråga om perfektion och

vem som lever upp till den. Olika normer skapas i olika platser såsom skolan, i hemmet, bland vänner och andra sociala sammanhang formar ungdomars identitet. Det är uppenbart hur ungdomar skapar sin identitet i olika sociala fält genom de normer som finns där men också idealet och de grupptillhörigheter som formas i fältet. Därmed blir det tydligt hur socialisationen bland ungdomar i olika sociala fält aktivt bidrar till kontinuerligt formande av ungas identitet (Hiltunen, 2017).

Identitetsskapandet enligt Giddens (1999) formas i många olika sociala platser där individen ställer sig i relation till andra och aktivt söker sig till acceptans av olika grupptillhörigheter där man känner sig bekväm och att man tillhör rätt plats (Giddens, 1999). Detta ökar också motivationen att vilja stanna på en specifik plats. Det kontinuerliga formandet av ungdomars identitet skapas och formas dagligen på olika sociala platser där individen rör sig. Sociala medier är en plats som ungdomar väljer att orientera sig på dagligen, därmed blir det också tydligt hur sociala medier kan ha en inverkan på ungdomars identitetsskapande (Bremberg et al., 2019).

## **1.2 Problemformulering**

För många unga har internet och sociala medier blivit ett sätt att skapa nya vänskaper med människor som delar gemensamma intressen eller andra grunder som byggs på gemensamma värderingar. När det gäller tidigare forskning kring relationen mellan sociala medier och ungdomar, har jag funnit att man har fokuserat på hur sociala medier påverkar ungdomars identitetsskapande samt hur ungdomar väljer att orientera sig på olika sociala plattformar. Tidigare forskning tyder också på att ungas identitetsskapande formas i sociala fält där interaktion mellan ungdomar sker (Andersson, Molin & Sorbring, 2014).

När sociala medier blir en vardaglig användning för ungdomar leder det också till ett kontinuerligt behov av att röra sig på platser som olika plattformar på sociala medier. Det finns ett tydligt beroende bland ungdomar att faktiskt hålla sig aktivt orienterad dagligen på sociala medier i huvudsyfte för att inte missa något som den sociala omkretsen pratar om. Det finns en rädsla att hamna utanför sin grupptillhörighet som leder till att man ofta blir aktiv på sociala plattformar (Bremberg et al., 2019). Visionen av att ha många vänner på sociala medier innebär också ett antal "följare" och "likes" som man har på sin profil. För att orientera sig och få en

lyckad positionering på en plats som sociala medier mäts detta i antalet vänner som också kallas för "följare" på dessa sociala plattformar. Detta ger motivation till ungdomar att faktiskt söka sig till olika sociala plattformar. Sådant skapar en social hierarki bland ungdomars sociala omkrets, det vill säga mängden följare och likes som formar den sociala hierarkin på sociala medier. Detta skapar också avundsjuka och mobbning vilket också kan leda till utanförskap (Bremberg et al., 2019). Sociala medier är ett av de vanligaste sätten för ungdomar att integreras med varandra vilket också leder till att gränser stryks bort, det vill säga att ungdomar inte ser någon skillnad på att umgås digitalt och i verkligheten (Bremberg et al., 2019). Jag har som författare valt att fokusera på forskningsproblem som inte har belysts lika mycket i tidigare forskning. Det som då inte undersöks eller studeras mycket av i tidigare forskning är just ungas upplevelser av sociala medier och hur de tror att det kan ha en påverkan på deras identitet samt på vilka sätt det har sin påverkan. Med hjälp av detta kommer också studiens syfte och problemformulering att vara intressant för framtida studier och forskning.

### **1.3 Syfte och frågeställningar**

Syftet med denna studie är att sociologiskt analysera relationen mellan sociala medier och ungdomars identitetsskapande samt ungdomars upplevelser av sociala medier i relation till identitetsskapande. Med hjälp av sociologiska teorier som identitet, rollövertagande och socialt fält samt begrepp som attityd kommer studiens frågeställningar nedan att besvaras i analysavsnittet.

#### **Frågeställningar**

- Hur ser relationen ut mellan ungdomars identitet och sociala medier som ett socialt fält?
- Hur upplever ungdomar att sociala medier påverkar deras identitetsskapande?

### **1.4 Avgränsningar**

För att avgränsa studien har jag valt att använda mig av litteratur som behandlar sociala medier i sin helhet, analysen genomförs med hjälp av begreppet socialt fält inspirerat av Pierre Bourdieu (Broady, 1991), Giddens (1999) diskussion om ungdomars identitetsskapande och Meads (1976) begrepp rollövertagande. Studien till målgruppen unga mellan 17–19 år genom en kvalitativ metod med fokus på semistrukturerade intervjuer, just



för att skapa en djupare förståelse kring ungas upplevelser och perspektiv på ämnet. Studien avgränsas till identitet som huvudämne med relation till sociala medier.

För att undersöka studien har jag också valt att avgränsa mig till litteratur som behandlar sociala medier i sin helhet. Detta då med hjälp av begreppet socialt fält inspirerat av Pierre Bourdieu (Broady, 1991) samt ungdomars identitetsskapande med hjälp av Giddens (1999) identitetsskapande och Meads (1976) rollövertagande, samt hur ungdomar upplever relationen mellan dessa. Viktigt att poängtera att studien inte kommer avgränsas till några specifika sociala plattformar i syfte att låta deltagarna diskutera fritt om sociala medier och relationen till deras identitetsskapande.

## 2. Tidigare forskning

*Nedan presenteras en redogörelse för studiens centrala begrepp hämtade från tidigare forskning. Sedan presenteras en generell bild av tidigare forskning om identitetsskapande och sociala medier samt hur dessa påverkas av varandra. Den tidigare forskningen lyfter fram och tydliggör information relevant för studien.*

### 2.1 Sociala medier

Sociala medier är ett samlingsnamn på många olika kommunikationsplattformar som är tillgängliga på nätet. Dessa olika sociala plattformar hjälper människor att integrera med varandra bortom alla geografiska gränser (Carr & Hayes, 2015). Sociala medier är ett verktyg för kommunikation, människor har också en viktig användning av det verktyget för att skapa en presenterad bild av sig själva inför omvärlden. Facebook, Instagram, Snapchat och Youtube är några exempel på kända sociala medier som används av unga svenskar i nutid. Många nya plattformar har vuxit fram och fått stor uppmärksamhet bland unga i senare tid såsom Tiktok bland annat, detta visas genom en kvantitativ rapport som publicerades av Internetstiftelsen (Svenskarna och internet, 2021). Dessa olika plattformar har ett gemensamt mål, att utveckla kommunikationen med olika människor oavsett geografiska gränser, man får också möjligheten att dela med sig något specifikt till sina vänner och andra gemensamma genom en bild, video eller en text. Vänner skickar då en respons genom "likes" och en rad olika kommentarer (Carr & Hayes, 2015). Det är frivilligt att publicera det man vill, vare sig det handlar om den bild man publicerar eller en text som betraktas som ett inlägg. Dock visar en undersökning från Bris (ett resultat från en webbaserad enkät som gjordes på ungdomar att 51% av deltagarna påverkas av vänner, detta visar på att unga människor visst upplever tryck från omgivningen att upprätthålla en specifik aktivitet på nätet för att bli accepterade (Secher, 2016). Undersökningen visar också att unga människor känner en känsla av tvång att delta på vissa internetsajter för att inte bli exkluderade från sina kompisars kretsar (Secher, 2016). Det finns tydliga normer på internet som både tjejer och killar i 13-årsåldern är medvetna om, en idealbild som de flesta vill uppnå. Rapporten visar också att unga tjejer och killar har en tydlig uppfattning och syn på bilder som läggs upp, det finns en specifik kameravinkel man använder

och bilden ska redigeras med ett specifikt filter. Dock får allt detta inte synas när den publiceras utan bilden ska se så naturlig ut som möjligt (Secher, 2016).

## **2.2 Identitetsskapande genom sociala medier**

Det finns en idealbild på sociala medier och unga vill alltid passa in i den för att bli accepterade och inte hamna utanför (Björk, 2017). Unga får möjligheten att utveckla en kommunikation på internet genom att dela med sig sin identitet. Det framkommer två typer av identitet, den första är den privata och den andra är den sociala (Andersson et al., 2014). Unga kan uttrycka sig frivilligt på internet, de väljer själva vilken presentation av självet som de väljer att publicera offentligt och samtidigt genom att jämföra sig med andra för att passa in i idealbilden, på så sätt skapar unga en självbild på sociala medier (Björk, 2017). "Gilla" funktionen på sociala medier visar en uppskattning av ett specifikt inlägg som har publicerats. Människor trycker på "gilla" när man tycker om en bild, video eller text som har publicerats av en vän (Björk, 2017). Denna funktion ersätts fungerar som en form av bekräftelse för ungdomar, när de publicerar något specifikt och får en mängd likes betyder det också att människor tycker om en. Tidigare forskning visar också att unga människor använder sociala medier i syfte att få uppmärksamhet och bekräftelse på det de lägger ut. Eftersom det de väljer att lägga ut är just presentationen av självet (Hawk, Eijnden, Lissa, & Bogt, 2019). Ungdomars välmående ökar när de får en bekräftelse på det de väljer att publicera, detta kan i sin tur utveckla ett behov av att hålla sig uppdaterad på sociala medier och kontinuerligt publicera olika inlägg för att få bekräftelsen som man söker. Detta har också sina nackdelar, eftersom ett aktivt uppmärksamhetssökande kan leda till avvisande som i sin tur kan skapa ett mönster av ett självnedvärderande beteende (Hawk et al., 2019). Användandet av sociala medier och det kontinuerliga behovet av att hålla sig uppdaterad kan ha en skadlig inverkan på hur ungdomar ser på sig själva och sitt välbefinnande. Detta kan i sin tur föras in i andra sociala fält som skolan, hemmet, familjen etc (Hawk et al., 2019). Mer om för-och nackdelar med sociala medier i avsnittet nedan.

## **2.3 Fördelar och nackdelar med sociala medier**

Det finns både för-och nackdelar av sociala mediernas användande. Den främsta anledningen till att varför ungdomar använder sig av sociala medier är för att uppleva gemenskap och socialisera sig med andra ungdomar (Bolton et al., 2013). En annan anledning är för att få en

bekräftelse av andra genom att publicera ett inlägg som innehåller antingen bild eller video på sig själva (Carlsson, 2010). Vanliga inlägg som publiceras är en outfitbild för att ge en presentation på sin självbild och vem man är och även få möjligheten att måla upp en bild av sig själv till andra (Carlsson, 2010). En annan anledning till att ungdomar söker sig till sociala medier är för att få möjligheten att be om råd från andra som delar samma intressen, det kan handla om kärleksproblem exempelvis. Att kunna vara anonym i samband med sådana typ av inlägg kan vara en fördel för att hitta stöttande feedback av andra ungdomar på sociala medier (Guinta & John, 2018). På det sättet får ungdomar råd från alla typer av människor utan att de vet vad de ser ut som och mindre risk att bli utsatt för någon typ av mobbning. Därav kan denna typ av social användning bidra till positiv välbefinnande trots dess risker (Rajamohan et al., 2019).

Tyvärr så påverkar sociala medier ungdomar på ett negativt sätt, där ungdomar har svårt att se vad som är äkta och falskt vilket leder till osäkerhet och dåligt självförtroende (Björk, 2017). Enligt tidigare forskning har användare av medier förvisat högre grad av depressioner och negativa kroppsfixering samt dålig självkänsla eftersom ungdomar oftast tenderar att jämföra sig med varandra på sociala medier (Rodgers et al., 2020). Ungdomar ser en illustration på sociala medier som får dem att må dåligt och börjar att jämföra sig med andra. Det kan handla om att forma en standard som ska betyda att en tjej måste vara smal, eller en annan standard att bära dyra kläder med kända märken. På grund av detta tenderar många ungdomar att leva upp till sådana "standarder" (Guinta & John, 2018). Andra tydliga nackdelar är att sociala medier används mycket till nätmobbning, lura barn och unga till att lämna ut personliga uppgifter till andra främlingar utan att väga risken för sin egen identitet. Guinta och John (2018) skriver vidare att det framkommer även stora risker att sprida sexuella provokativa textmeddelanden som diskriminerar unga människor men även privata bilder som i sin tur kan spridas på unga människor över sociala medier. Detta kan i sin tur leda till destruktiva och suicidal tankar (Guinta & John, 2018).

### 3. Teori

*Detta avsnitt presenterar tre teorier av sociologerna Mead och Giddens samt Bourdieu. En presentation av det sociologiska begreppet "attityd" kommer också att inkluderas. Dessa kommer att vara till hjälp i analysavsnittet.*

#### 3.1 Identitetsskapande och rollövertagande

##### 3.1.1 Vad är definitionen av identitet?

Identitet är ett begrepp som används i nutid och som också kallas för "det totala jaget" (Berger & Luckmann, 2010). En definition av begreppet identitet är människans unika egenskaper och hur de uppfattas av andra samt hur vi uppfattar oss själva. Människans identitet skapas och formas under hela livet, vilket också innebär att det förändras över tid och beroende på omgivning och plats som individen befinner sig i. Varje individ har en personlig identitet som genom en del olika faktorer ändras över tid. Olika faktorer såsom familj, kultur, samhälle och andra sociala kontexter (Berger & Luckmann, 2010).

Giddens (1999) beskriver identitet som något som vi gör oss till och inte det vi redan är. Omgivningen runt människan påverkar människans personliga identitet genom vad de ser, säger eller visar genom olika handlingar. Unga människor söker oftast efter sin identitet med syfte att få en tydlig uppfattning om vilka de är och vad de egentligen står för. Detta är en anledning till att uppfattningar från omvärlden har en stor betydelse för unga människor (Giddens, 1999). Enligt Allan Guggenbuhl, professor och ungdomsforskare som har utvecklat Giddens (1999) identitetsbegrepp, är det viktigt för unga människor att ha en uppfattning om vad deras handlingar betyder för andra och hur de faktiskt värderas av andra (Guggenbuhl, 2003).

Giddens (1999) menar att det är viktigt att vara tydlig och konsekvent som person i olika situationer just för att vår uppfattning om oss själva kan bara utvecklas och utformas i nära relation till andra människor. Ungas identitet utvecklas främst under tonårsperioden. De formas och utvecklas genom en rad olika möjligheter och normer som skapas av olika miljöer och aktiviteter. På så sätt blir unga unika på sina sätt samt tänker och handlar på olika sätt när de blir accepterade av en rad olika faktorer såsom familj, kulturella värderingar, samhälle etc (Giddens, 1999; Guggenbuhl, 2003).

Vidare vill jag vända mig till socialpsykologen George Herbert Mead (1976) för att ge en djupare förståelse av begreppet identitet. Även om Mead (1976) snarare skriver om "självet" och människans självbild så har jag valt att använda mig av hans definition av rollövertagandet för att utveckla Giddens (1999) förklaring av identitetsbegreppet.

### 3.1.2 George Herbert Mead

George Herbert Mead var en känd socialpsykolog under 1800 och 1900 talet. Mead publicerade aldrig sina teorier utan andra forskare har sammanställt hans material för att sedan publicera det efter hans död (Imsen, 1992). Meads utgångspunkt var det mänskliga samspelet. Han menar att människans enskilda handlingar inte kan förklaras utan att titta på det mänskliga samspelet. Människan är inte isolerad utan beroende av andra människor, alla handlingar som görs kopplas vidare till det mänskliga samspelet (Mead, 1976).

En vanlig del i det mänskliga samspelet är förmågan att sätta sig in i någon annans plats, detta kallar Mead för rollövertagande (Mead, 1976). För att en individ ska kunna ge en reaktion på någon annans handling eller ord så måste hen sätta sig i den andres perspektiv för att kunna ge en rätt reaktion som är anpassad till handlingen eller ordet (Mead, 1962).

Meads teori fokuserar i grunden på hur jaget och medvetandet uppstår (Asplund 1972). Mead menar att vår självbild påverkas av hur vi tror att andra ser på oss samt att vårt beteende formas av de reaktioner som vi får av andra människor i olika sociala kontexter. När en individ handlar och agerar på ett visst sätt i ett socialt möte, blir det därmed som ett stimuli för en annan person att reagera och i sin tur stimuli för den förstnämnda personen att anpassa sin handling utifrån den reaktioner som uppstod i början (Mead, 1976). Ett av de centrala begreppen för Meads teori är "Jaget". Teorin handlar om förmågan som en individ kan ha att se sig själv både som Me och I, det vill säga subjekt och objekt. "Jaget" uppstår under socialisering, detta ses som en process som är mental och inte finns vid födseln utan skapas och formas under större sammanhang och reflektioner, dessa är viktiga i "jagets" utveckling. Reflektion hjälper individen att kunna sätta sig i andra individers situationer för att sedan agera. Det är den förmågan att faktiskt kunna se sig själv som ett objekt och därmed kunna forma en självbild som är anpassad till hur andra ser på en (Mead, 1976).

### 3.2 Socialt fält av Bourdieu

Pierre Bourdieu var en sociolog verksam under 1900-talets andra hälft. Hans centrala teoretiska utgångspunkt talade om hur olika sociala strukturer för individer och grupper formas och skapas samt hur de uppfattas. Detta gjorde han med hjälp av tre begrepp: Kapital, habitus och socialt fält (Bourdieu, 1993).

Kapital innebär en förklaring av människors -så kallade "agents" över- och underordning i olika sociala rum. Begreppet innefattar ekonomiskt kapital, kulturellt kapital, socialt kapital och symboliskt kapital. Det ekonomiska kapitalet innefattar individens ekonomiska tillgångar och äganderätter i form av pengar. Det kulturella kapitalet innefattar individens förkroppsliga tillstånd som kan vara mentala dispositioner, det objektiva tillstånd som omfattar materiella saker såsom bilder och böcker samt det institutionaliserade tillstånd som omfattar utbildningskvalifikationer, jobbtitlar etcetera. Det sociala kapitalet innefattar individens resurser i olika sociala grupper (Bourdieu, 1993). Det sistnämnda är det symboliska kapitalet. Ett symboliskt kapital innefattar det som uppfattas som värdefullt av sociala grupper och tillerkänns värde (Broady, 1991).

Ett annat viktigt begrepp som också är en viktig teoretisk utgångspunkt för Bourdieu (1993) är habitus. Bourdieu menar att habitus kan ses som ett system av reproduktion av praxis. Broady (1991) förklarar Bourdieus tanke om habitus som att individer handlar, tänker och orienterar sig i en social värld genom dispositioner. Habitus skapas och blir ett resultat av individens sociala strukturer och relationer i sociala rum under uppväxt och livstid. Begreppet habitus hjälper oss att förstå varför individer med samma bakgrund delar samma vanor och preferenser, begreppet förklarar också hur sociala strukturer påverkar människors beteenden, handlingar och tankar (Bourdieu, 1993).

Bourdieu (1993) använder sig också av begreppet socialt fält för att belysa människors strukturer. Ett socialt fält formas av olika sociala rum som inverkar i olika sammanhang. Socialt fält är ett system av sociala positioner som ger upphov till olika hierarkier som bestämmer deltagarnas status (Bourdieu, 1993). Tillgångar för olika kapital såsom ekonomiska, kulturella och sociala kapital spelar en viktig styrande roll i individens position i fältet eftersom

kapitaltillgångar också räknas som vapen för att individen ska kunna strida för att bevara en viss struktur eller förändring i platsen (Bourdieu, 1993).

Habitus är också ett begrepp som spelar en viktig roll i detta. Bourdieu (1993) menar att om man har ett habitus som överensstämmer med strukturen och förändringen som finns i ett socialt fält, då har man också fördelen att känna sig bekväm i det sociala fältet. Människors habitus formas och skapas av sociala erfarenheter, livsstil och hur människor uppträder i det offentliga tillsammans med kollektiva relationer, bland annat (Bourdieu, 1993). Detta underlättar för individer att kunna orientera sig på olika sociala fält, som har i sin bakgrund ett habitus som överensstämmer med strukturen. Bourdieu (1993) ersätter begreppet samhället med det sociala rummet eller sociala fältet, han menar att dessa sociala fält är i grunden skapade av koder med regler och värderingar som är specifika och tydliga (Broady, 1991). Denna teori av Bourdieu (1993) om det sociala fältet blir relevant för denna sociologiska studie just för att det kan användas som instrument att studera ett specifikt område av det sociala livet. Genom att använda begreppet socialt fält kan man också beskriva systematiskt fördelningen av de positioner som finns inom fältet. För att kunna undersöka sociala medier som ett socialt fält, behöver man också samla in information om de individer och människor som formar strukturen inom fältet (Bourdieu 1993).

### **3.3 Attityd**

Attitydbegreppet kommer att användas i analysavsnittet för att skapa en djupare förståelse av ungdomars upplevelser och attityder gentemot sitt identitetsskapande i relation till sociala medier. Attitydbegreppet är ingen teori i sig, men nedan följer en sociologisk beskrivning av begreppet för att sedan använda det som ett instrument att beskriva respondenternas upplevelser av sociala medier.

Begreppet attityd har olika definitioner, den mest förekommande definitionen är människans inställning och uppfattning av något. Det kan vara både till objekt eller en individ och det kan vara positivt eller negativt (Baron & Branscombe, 2014). Attityd beskrivs även som en typ av emotionell känsla och utvärdering av omvärlden (Chiou et al., 2008). Attityd kan vara både medvetet och omedvetet, den medvetna attityden är när individen är medveten om en viss handling som utgör en specifik känsla. Omedvetna attityder förekommer oftare under rädsla och osäkerhet som i sin tur kan ha en inverkan på individens beteende på sociala medier



(Hahnet al., 2014). Attityder kan vara svåra att påverka på grund av att människor påverkas av sin omgivning och olika sociala fält som de orienterar sig i såsom i skolan och i hemmet. Att uppmärksamma ungdomars attityd i tid är väldigt viktigt för att förhindra oönskat beteende och beslut de är kapabla till att göra (Halbeisen, et al., 2017). Attityder skapas utifrån referensgrupper och förändras beroende på existerande normer för att passa in i den ideala bilden och grupptillhörigheten. (Baron & Branscombe, 2014).

## 4. Metod

*Detta avsnitt inleds med studiens tillvägagångssätt. Därefter kommer val av metodansats att presenteras tillsammans med kvalitativ forskningsmetod som hjälper oss att skapa en djupare inblick av studiens syfte. Slutligen kommer urval, intervjuer och källkritik att presenteras.*

### 4.1 Studiens tillvägagångssätt

Tillvägagångssättet började med besök på en fritidsgård i ett lokalt område i Göteborg. Besöket inleddes med en kort presentation om mig som student vid Göteborgs universitet. Jag ställde också frågan om det fanns intresserade deltagare som ville vara med i studien. Det var viktigt att inleda med att berätta vad en forskningsstudie går ut på och varför den görs. Tre unga i åldern 18 visade intresse och fick mera information genom att få informationspapper med syfte, plats och tid. En annan åtgärd var att publicera ett inlägg på en sluten ungdomsgrupp på plattformen Facebook för att skapa uppmärksamhet och locka deltagare som var aktiva på sociala medier. Fler än förväntat gav en respons tillbaka och visade stort intresse men på grund av studiens avgränsningar har jag valt att tacka nej till många. För att intervjuerna skulle genomföras på bästa sätt som är smidigast för deltagarna valde jag en plats i samma lokalområde. Platsen var ett bibliotek som deltagarna var väldigt bekanta med, det fanns också flera rum som var anpassade till olika samtal vilket gjorde att det blev enklare att genomföra intervjuerna. En intervjuguide skapades för att skapa en tydlig struktur på det som ska undersökas och för att kunna styra intervjun genom en samtalsmetodik där deltagarna är trygga och inte känner sig pressade. Samtidigt som intervjuguiden användes under hela intervjun fanns också utrymme för följdfrågor och andra spontana frågor. Intervjuguiden inleddes med inledande frågor i syfte att skapa en bild av deltagaren såsom ålder, sysselsättning och andra viktiga intressen. Fortsättningsvis ställdes frågor som *“Vad innebär sociala medier för dig?”* För att ge deltagaren en känsla för ämnet som ska undersökas. För att inte gå rakt på sak så kombinerades begreppet identitet med andra frågor såsom *“Vilka uppfattningar har du gällande sociala medier?”*. Avslutningsvis valdes djupare frågor som *“Vad innebär identitet för dig”* för att få en djupare inblick i deras uppfattning av begreppet identitet. För full intervjuguide, *se bilaga 1.*

## 4.2 Val av metodansats

Denna studie bygger på en kvalitativ forskningsmetod för att kunna gå djupare inom forskningsområdet som är uppbyggd av litteraturstudier, vetenskapliga artiklar och intervjuer. En studie kan genomföras på tre olika tillvägagångssätt: induktivt, deduktivt och abduktivt (Bryman & Bell, 2013). En induktiv metod inom forskning har fokus på att öka kunskap genom att bygga teorier som är grundade på empirisk datainsamling. Detta leder till att man samlar in data för att sedan dra slutsatser utifrån observationer som i sin tur leder till tillväxten av teorier. Därav leder det till en djupare förståelse av verkligheten (Bryman & Bell, 2013). Det deduktiva angreppssättet är nästan motsats till den induktiva metoden. Det deduktiva angreppssättet bygger främst på hypoteser inom kvantitativa studier som testar befintliga teorier för att dra slutsatser från specifika fall (Bryman & Bell, 2013). Den sista metoden är abduktiv, som anses vara en kombination av induktiv och deduktiv metod. Det innebär att studien rör sig mellan teorin och empirin för att kunna dra en slutsats och söka kritiska förklaringar för ett specifikt fenomen (Bryman & Bell, 2013).

För denna studie är en kombination mellan induktiv och deduktiv metod mest lämplig och relevant enligt mig, eftersom en kvalitativ metod kommer att användas tillsammans med semistrukturerad intervju samt att jag kommer att använda mig av teori och tidigare forskning.

## 4.3 Kvalitativ metod

Denna studie är baserad på en kvalitativ metod på grund av att den är mest relevant för att angripa studiens problemområde. En kvalitativ metod används för att skapa djupare förståelse av sociala fenomen genom exempelvis fördjupade intervjuer och observationer. Denna metod fokuserar på tolkningar, medan den kvantitativa metoden baseras bland annat på hypoteser och siffror (Jacobsen, 2002). Syftet med den kvalitativa metoden är att analysera och skapa en bild på människans agerande, handlingar och attityder om olika fenomen. Som i detta fall förstå studiens problemformulering och kunna besvara studiens forskningsfrågor. I forskningsstudier ska man skapa djupare och komplett uppfattning av utvalda fenomen som författaren undersöker (Holme & Solvang, 1997). Varför jag valde denna metod beror på flera faktorer. Den första är att jag vill skapa djupare bild genom att titta närmare på hur utvalda ungdomar tänker och påverkas av sociala medier. På detta vis kan jag skapa ny kunskap och teorier som

kan tas till vidare forskning och utveckla nya idéer. Kvalitativ metod bidrar till en mer rik och komplex bild av problemområdet än vad en kvantitativ metod kan bidra (Jacobsen, 2002).

#### **4.4 Primär och sekundära data**

Denna studie består av primärdata och sekundärdata. Primärdata innebär material som samlas in av förstahandskälla, det vill säga av forskaren själv. Det mest förekommande sättet att samla in primärdata är genom intervjuer, observationer, enkäter eller olika typer av experiment (Booth, Colomb & Williams, 2004). Att göra datainsamling av primärdata kan vara tidskrävande och krångligt i många fall men det skapar stor möjlighet att kunna ta in specifik information som inte är tillgänglig någon annanstans (Bryman & Bell, 2015). Sekundärdata som även kallas för andrahandskälla är material som samlas in av andra människor och finns redan tillgängliga. Den sekundära data kommer främst från vetenskapliga artiklar, rapporter, internet, böcker och övrigt (Booth, Colomb & Williams, 2004). I denna studie har sekundärdata använts i olika avsnitt för att ge läsare en djupare förståelse kring ämnet

#### **4.5 Urval**

För att kunna undersöka studiens syfte samt frågeställningar om identitet och unga samt vilka upplevelser de har av sociala medier, så kommer urvalet av deltagarna grunda sig på ett målinriktat urval. Ett målinriktat urval innebär en definition av deltagarna som kan bidra till relevant och viktig information till forskningen och det som studeras (Bryman & Bell, 2015). Enligt tidigare forskning kan man tydligt se hur ungdomar spenderar sina dagar på sociala medier (Secher, 2016). Därmed blir målgruppen väl vald för studiens syfte. Studiens urval består därför av fyra ungdomar mellan 17–19 år gamla, hälften killar och tjejer, se *Tabell 1* nedan. En likhet som jag fann mellan deltagarna var att alla hade studier som en första sysselsättning samt att alla var gymnasieelever. De hade också andra sysselsättningar såsom deltidsarbete. En skillnad var att två av de deltagarna hade två månader kvar till studenten och min reflektion var att de hade andra prioriteringar i april och maj månad. Detta var en utmaning som innebar en viktig planering så att intervjuerna gick så smidigt som möjligt för alla deltagare.

Tabell 1. Urval av deltagarna

Respondent	Kön	Ålder	Sysselsättning
A	Kvinna	17	Studerar
B	Kvinna	19	Studerar, deltidsarbete
C	Man	18	Studerar, deltidsarbete
D	Man	17	Studerar, idrottare

#### 4.6 Intervju

Syftet med en intervju är att skapa kunskap om uppfattningar och åsikter från en deltagare om ett specifikt område. Detta kommer hjälpa mig att få en djupare förståelse kring specifika områden ur deltagarnas perspektiv. Intervjuer kan variera i sin utformning men de mest förekommande är semistrukturerade, strukturerade och ostrukturerade. En semistrukturerad intervju används med bestämda intervjufrågor som forskaren lämnar rum för följdfrågor om ämnet och frihet för att ställa öppna följdfrågor. Denna typ av intervju är mest lämplig för denna studie eftersom det finns en strukturerad intervjuguide, se *bilaga 2*, men även frihet för öppna följdfrågor.

Jag har valt att intervjua fyra deltagare, två tjejer och två killar som är mellan 17–19 år. Alla deltagare har fått ett samtyckesbrev, *bilaga 1*, innan intervjun genomfördes så de kan få tydligare bild av studien. Intervjun varade mellan 41 minuter och 56 minuter mellan dessa fyra deltagare, se *Tabell 2*. Alla intervjuade hade frihet till att tillägga följdfrågor eller kommentarer kring ställda frågor för att kunna få komplett svar och information. För att inte missförstå eller missa någon viktig detalj under intervjun har alla intervjuer spelats med deltagarnas godkännande. Intervjuer genomfördes separat och inte i gruppintervju eftersom det är lätt att deltagarna kan påverkas av andras svar.

Tabell 2. Intervju detaljer

Respondent	Kön	Ålder	Intervju varaktighet
A	Kvinna	17	45min
B	Kvinna	19	41min
C	Man	18	56min
D	Man	17	46min

#### 4.7 Transkribering

Transkribering av materialet från intervjuerna gjordes så snabbt som möjligt efter intervjun. Transkribering ger också utrymme för forskaren att reflektera över materialet noggrant och välja ut det som är mest relevant för studien.

#### 4.8 Etik

Etik är en viktig integrerad del av all typ av forskning, i syfte för att upprätthålla deltagarnas personliga säkerhet och sekretess (Kvale et al., 2014). Denna studie kommer att fullfölja de grundläggande etiska riktlinjer och regler som utfärdas av Vetenskapsrådet (2017). Jag väljer också att använda mig av de tre riktlinjer som presenteras av Kvale och Brinkmann (2014) och som gäller vid forskning av människor. Just för att det är ungdomar som är målgruppen som studeras i denna studie, blir ämnet känsligt och därmed viktigt att följa etiska riktlinjer och regler tydligt. Den första riktlinjer som presenteras av Kvale och Brinkmann (2014) är informerat samtycke, vilket innebär att deltagarna i denna studie har fått information om undersökningens syfte och därmed fått ett samtycke som underskrift av deltagaren. En annan riktlinje som är väldigt viktig i denna typ av forskning är konfidentialitet, vilket också är tydligt skrivet i information och samtyckes pappret, vänligen se *bilaga 1*. Konfidentialitet innebär att deltagarna är anonyma och ingen personlig information kommer att publiceras. Den sista riktlinjen som studien kommer att fullfölja är vikten av konsekvenserna. Detta innebär att forskaren ska hålla sig väl informerad om de konsekvenser som kan uppstå under undersökningen och andra konsekvenser för deltagarna samt övriga inblandade (Kvale et al., 2014). Att vara tydlig med syftet med undersökningen och att vara tydlig med de etiska riktlinjerna och reglerna blir en nyckel till en lyckad etisk del i studien.

## 4.9 Metodkritik

Precis som för alla metoder i en vetenskaplig forskning finns även fördelar och nackdelar med att använda sig av semistrukturerade intervjuer som kvalitativ metod. En risk som kan uppstå är att de deltagare som intervjuas väljer att visa en specifik sida och att de inte riktigt svarar korrekt på frågorna som ställs av rädsla för att bli missuppfattade. Detta är inte nödvändigtvis ett problem för denna studie, just för att jag är intresserad av ungdomars identitet på sociala medier, ute i det offentliga rummet bland annat. En kombination som kanske hade gett annorlunda resultat, och som skulle kunna användas i, framtida forskning vore just kombinationen av semistrukturerade intervjuer och deltagande observation under en kort period på en fritidsgård eller skola, där ungdomar oftast integreras med varandra. Genom en sådan typ av kombination kan man också erhålla specifik information om hur ungdomar faktiskt interagerar med varandra på andra sociala fält än sociala medier. Fokusgruppsintervjuer hade också varit en relevant metod för en sådan typ av kvalitativ forskning. Fokusgruppsintervjuer ger goda resultat om hur individen i grupper uppfattar ett specifikt fenomen. Den är dock bortvald just för att författaren vill få ett närmare samtal med deltagaren utan att påverkas av andra deltagare. Genom semistrukturerade intervjuer kan man ge utrymme för deltagaren att fundera själv och utrymme för författaren att kunna ställa följdfrågor. Att använda sig av en metod som semistrukturerade intervjuer blir därmed en utmaning, då ges utrymme för författaren att tolka och analysera det som sägs under intervjuerna. Risken finns att författaren tolkar informationen annorlunda och därmed blir resultatet också missledande (Rennstam & Wästerfors, 2015:142).

### 4.9.1 Reliabilitet och Validitet

Nästan all typ av forskning talar om reliabilitet och validitet just för att det är en viktig del i metoden och hur författarna gått tillväga under studiens gång. Jaber F. Gubrium och James A. Holstein (1997) menar att reliabiliteten innebär att författarnas undersökning mäter det som som går att lita på, ett tillförlitligt sätt. Validiteten däremot handlar om hur väl författarna i en studie verkligen undersöker det som är avsett att undersökas, detta mäts genom att se om författarna följer studiens syfte och frågeställningar exempelvis (Jaber F et al., 1997). Eftersom dessa två begrepp är väldigt centrala och påverkar tilliten till resultaten i en forskningsstudie, blir de också väldigt viktiga. En mätning som inte blir tillräckligt valid eller reliabel kan också

leda till missledande resultat och felaktiga slutsatser. Eftersom denna studie grundar sig på kvalitativ forskning och tillvägagångssätt, innebär detta också att författaren fokuserar på individers upplevelser av ett specifikt fenomen genom att fördjupa sig och tolka specifika handlingar, uttryck och framför allt ord som talas under intervjun. På grund av detta blir tillförlitligheten att noggrant kontrollera att studien genomförs enligt de regler och riktlinjer som råder för denna typ av forskning. Det är också minst lika viktigt att informanterna får ta del av materialet för att undvika eventuella missförstånd och säkerställa material som är fakta. För att studien ska vara så tillförlitlig som möjligt, ska författaren fokusera på att vara objektiv och undvika eventuella syner som kan vara onyanserade (Jaber F et al., 1997). Personligen tror jag att jag kan ha haft en del inverkan på deltagarna under intervjun, just för att man alltid har subjektiva inslag om olika fenomen. Detta analyserades noggrant för att undvika sådana misstag.

Reliabiliteten i denna studie blir låg, just för att det är en kvalitativ forskning och urvalet blir begränsat, då alla i populationen inte kan komma till tals (Denscombe, 2009). Det är alltså svårt att erhålla samma resultat och svar från deltagarna, om en annan forskare ställer samma frågor vid en annan tidpunkt. Validiteten däremot blir ganska hög, då studien undersöker det som avses att undersökas med hjälp av forskningsdata, datainsamling från målgruppen som viktiga deltagare. Detta blir instrumentella verktyg för att kunna besvara syftet och de frågeställningar som presenteras i studien.



## 6. Empiriska Resultat och Analys

*Teorier och begrepp som har presenterats i tidigare avsnitt kommer att appliceras på och analyseras i empirin för att uppnå en djupare förståelse och en slutsats för studiens syfte och frågeställningar.*

### 6.1 Sociala medier som ett socialt fält

Deltagarna är mellan 17 och 19 år gamla och som har ett gemensamt intresse för sociala medier. När frågan om sociala mediers mening ställdes till deltagarna, svarade de flesta nästan likadant. Deltagarna uppger hur sociala medier kan ses som en plats där människor möts och socialiserar sig med varandra, hittar information och får nya idéer. Deltagarna använder sociala medier genom olika kommunikationsplattformar såsom Instagram, Tiktok, Facebook och Snapchat i huvudsyfte för att kunna kommunicera med varandra.

Det sociala fältet enligt Bourdieu (1993) skapas genom möten av människor i olika sociala rum som delar gemensamma normer och värderingar, där individer hittar interaktionen med varandra. Ett system av sociala positioner som också ger utrymme för olika hierarkier i det sociala fältet (Bourdieu, 1993).

Björk (2017) upplyser om detta i sin avhandling genom att hon berättar om ungdomar och deras behov av att hålla sig uppdaterade på sociala medier för att inte hamna utanför sin vänskapskrets (Björk, 2017). Sociala medier blir därmed ett tydligt socialt fält där ungdomar möts för att skapa och hålla interaktionen med varandra. Deltagarna som intervjuades är också överens om den stora meningen bakom sociala medier, de ger platsen ett stort värde då det är mycket som väcker intresse, sociala medier är också en social plats med olika rum med fulla av olika aktiviteter, enligt deltagarna. En av deltagarna berättar hur människor skapar sina sociala relationer via sociala medier:

Jag tror att många träffar sina vänner på sociala medier, man hittar varandra oftast via gemensamma vänner men det kan också vara via en fotbollsklubbs sida. Oftast om man tycker om samma saker eller har vuxit upp i samma område. Jag har många nära vänner idag som jag lärt känna via Instagram. Man tror inte det men jag är säker på att nästan

alla har minst fem vänner som de har lärt känna genom en plattform på internet. -

Respondent B.

För att tydliggöra detta ytterligare så kommer jag använda mig av Bourdieu (1993) förklaring av begreppet habitus. Bourdieu (1993) menar att Individens habitus formas av handlingar, bakgrund, livsstilar och sociala erfarenheter samt hur individen uppträder socialt i kollektiva möten. Individens habitus blir en viktig grund när människor orienterar sig i olika sociala fält. Om individen har ett habitus som stämmer överens med strukturen i det sociala fältet som man träder in i, då har man också fördelen att känna sig bekväm i fältet. Individens bakgrund spelar ett avgörande perspektiv när den träder i kollektiva möten. (Bourdieu, 1993). *Respondent B* berättar i citatet ovan hur unga oftast skapar sin vänskap med andra på ett socialt fält som sociala medier. "Om man har vuxit upp i samma område" eller "om man har gemensamma intressen såsom fotbollen", då blir det också lättare för unga att bli bekvämare med varandra i det sociala fältet-sociala medier.

*En annan deltagare* pratar också om intresset på sociala medier och anledningen till att man väljer att vara aktiv på olika kommunikationsplattformar:

Sociala medier är spännande. Men annars man har ju olika intressen och för mig är det mest krypto och aktier till exempel. Det finns många Facebookgrupper där man kan diskutera sånt. -Respondent C.

Detta visar också hur ungdomar allmänt är intresserade av varandra på sociala medier, de är också intresserade av andras aktiviteter och vad som pågår runt omkring dem. När ungdomar hittar gemensamma intressen med varandra, blir det också en anledning för dem att stanna i rummet och inte välja att orientera sig in i andra okända rum. *Respondent C* talade om krypto och aktier medan *Respondent B* talade om en fotbollsklubbs sida på internet, det är där ungdomar väljer att stanna och gärna spendera långa dagar på sociala medier.

Vidare menar Bourdieu (1993) att det finns olika tillgångar för individen som hjälper den att stanna bekvämt i ett socialt fält. Det kan vara kapitala tillgångar såsom ekonomiska, kulturella eller symboliska. Ett socialt kapital enligt Bourdieu (1993) är de sociala band och relationer man knyter med andra människor vilket också förklarar vikten av hur ungdomar knyter sina sociala relationer på sociala medier.

Flera vanliga förekommande funktioner finns på sociala medier såsom “likes” och “kommentarer”. Ungdomar använder dessa för att uttrycka sina åsikter för vad andra publicerar såsom bilder, videos eller andra typer av inlägg. Dessa funktioner spelar en stor roll för alla deltagare. Det visar sig att det är grunden till att man faktiskt är aktiv på en plats som sociala medier. Deltagarna menar att det är väldigt viktigt att få många likes och positiva kommentarer, det betyder att man tycker om det man publicerar. Carr & Hayes (2015) menar att de funktionerna utgör en väldigt viktig roll på sociala medier. Deltagarens svar om vikten av likes på sociala medier:

Allmänt är det viktigt, ja. För då ser man om andra gillar det man publicerar. Man vill ju inte lägga upp konstiga saker heller. Det är så att om man inte får många likes, då tar man bort det., så helst ska man lägga upp en normal bild -Respondent B

Bourdieu (1993) menar att individens kapital blir som vapen för att individen ska strida för sin position i fältet. Olika kapitaltillgångar blir också en anledning för unga att stanna och bevara sin position i det sociala fältet tillsammans med andra unga med liknande kapitaltillgångar. Medan de unga med olika kapitaltillgångar placeras långt ifrån varandra (Bourdieu, 1993). Likes och kommentarer på sociala medier kan tydliggöras genom begreppet symboliskt kapital. Bourdieu (1993) menar att ett symboliskt kapital är det som värdesätts högt i fältet av andra människor och är något som människan strävar efter. Ungdomar tenderar att lägga stor vikt på strukturen och idealbilden som leder till att funktioner såsom “likes och kommentarer” tillerkänns och därmed blir en anledning till att unga väljer att publicera olika inlägg, för att mer eller mindre få en bekräftelse på det man väljer att dela med sig av.

Björk (2017) skriver om idealbilden som finns på sociala medier. Unga strävar oftast efter att uppnå idealbilden och passa in för att inte hamna utanför. Det blir också ett sätt för unga att agera bekvämt i det sociala fältet, om man lyckas leva upp till idealbilden. Detta är också viktigt att strukturen och idealbilden ska vara så perfekt som möjligt, en av deltagarna konstaterar tydligt att man helst väljer att publicera en perfekt sida av sin personlighet:

Jag tror alla visar en perfekt sida av sin personlighet, man vill visa för att människor inte ska se dina dåliga sidor. Ingen visar sin dåliga sida på sociala medier  
- Respondent B

I nästa avsnitt diskuteras begreppen rollövertagande av G.H Mead, (1976) samt begreppet identitet av Giddens (1999) i relation till sociala medier. Mead (1976) diskuterar inte direkt begreppet identitet, men jag vill mena att han ändå diskuterar begreppet utifrån förklaringen av rollövertagandet.

## 6.2 Ungdomars identitetsskapande och rollövertagande på sociala medier

Under intervjun ställdes frågan: “Vad innebär identitet för dig?”. Deltagarna hade en ganska likartad syn på identifieringen av begreppet identitet. De tycker också att individens identitet är viktig för att kunna möta andra individer socialt, hur man handlar och hur man agerar i sociala kontexter och kollektiva möten. Under intervjuns gång kunde man snabbt konstatera att deltagarna förband begreppet identitet med begreppet personlighet.

Man kan ha många personligheter mot olika personer, beroende på vilken relation man har till andra. Exempelvis familj, vänner eller främlingar. Jag och mina närmaste har växt upp med varandra. Andra människor som främlingar eller bekanta har sina gränser. - Respondent D

Giddens (1999) menar att uppfattningar från omgivningen och omvärlden är väldigt viktiga för människors presentation av sin identitet. Det vill säga att det är lika viktigt för unga att ha tydliga uppfattningar om hur de kan värderas av andra i sin omgivning. Enligt deltagarna så är huvudsyftet med sociala medier att just presentera en identitet för sina följare, detta för att ungdomar sätter högt i värde i att kunna relatera till varandras personligheter. En av deltagaren berättar:

Det finns mycket dåligt på sociala medier, som nätmobbning och så vidare. Men det positiva för mig är att kunna hitta personer och se hur de är. Man måste veta vem man pratar med liksom. Sånt är jättetydligt, om man tycker om att umgås med sin hund, ja då publicerar man bilder på sin hund. Om man är en person som är intresserad av träning, då ser man att flödet handlar om träning. -Respondent A

Ungdomars identitet formas som mest under tonårsperioden, man söker efter en trygg identitetskänsla som utgör en trygg position i rummet (Björk, 2017). Det är tydligt hur ungdomars identitet formas utifrån olika strukturer som de befinner sig i, en rad olika

möjligheter och normer som skapas i sociala medier som en tydlig social plats (Giddens, 1999; Guggenbuhl, 2003). Viktigt att poängtera att sociala medier som ett socialt fält i sig också har olika rum som delar olika normer, såsom olika sociala plattformar som Instagram, Snapchat, Tiktok. Eftersom syftet med sociala medier är just presentationen av självet, blir det också lättare för ungdomar att kunna orientera sig på en plats som sociala medier för att hitta en trygg position tillsammans med andra ungdomar som delar samma intressen. Ungdomars identitetsskapande blir givet utifrån omgivningen, normer och framför allt de sociala relationer som byggs på sociala medier. Detta förklarar också vikten av samspelet mellan unga på sociala medier. Att presentera sin identitet för en mängd olika människor betyder också att samspelet mellan människor är grunden till ungdomars orientering på sociala medier.

Mead (1976) förklarar detta genom begreppet rollövertagande och människans samspel med andra samt att alla människor är beroende av varandra. Detta syns väldigt tydligt på sociala medier bland ungdomar genom strukturen som är formad och skapad på olika plattformar. Det är en interaktion mellan ungdomar, en offentlig kommunikation där man kan dela olika reaktioner mellan varandra. Mead (1976) menar att människans rollövertagande är ha förmågan att sätta sig in i andras positioner och kunna samspela med allt i sin omgivning. Ungdomar är gemensamt medvetna om den idealbilden som finns på sociala medier och hur man kan anpassa sig till den, detta underlättar då för ungdomar att kunna sätta sig in i varandras positioner för att i sin tur kunna dela och ge respons och reaktioner till varandra. (Meads, 1976).

Till följd av detta blir det också viktigt att presentera en positiv sida av sin identitet på sociala medier. Det ska gärna vara perfekt. En deltagare berättar detta bestämt. Hon svarar på frågan om hur identitet kan uppfattas på sociala medier och utanför:

Min personlighet är inte samma på sociala medier och utanför. På sociala medier är allt perfekt men bakom mig inget är perfekt. Jag tror alla visar en perfekt sida av sin personlighet, man vill visa för att människor inte ska se dina dåliga sidor för att få så bra reaktioner som möjligt. Ingen visar sin dåliga sida på sociala medier - Respondent B

Vidare menar Mead (1976) att vår självbild är just beroende av hur andra ser på oss, våra handlingar blir därmed också beroende av de reaktioner som man får av andra människor. På så sätt skapas individens "Jag", ungdomars handlingar och val till en rad olika publiceringar

som de står för, i form av identitetspresentation eller andra inlägg som man väljer att publicera är också påverkade av de responser som de får av sina följare. Det ska gärna vara en perfekt presentation av sig själv, för att i sin tur kunna få så positiva reaktioner som möjligt. Det är på så sätt ungdomars "Jaget" formas i sociala medier genom samspelet mellan varandra och under socialisering mellan ungdomarna (Mead, 1976). Det blir tydligt hur ungdomars identitetsskapande och ungdomars rollövertaganden är beroende av varandra på ett socialt fält som sociala medier.

I nästa avsnitt kommer begreppet attityd att appliceras på empirin för att ge en djupare förståelse av ungdomars upplevelser på sociala medier.

### **6.3 Ungdomars attityder och upplevelser på sociala medier**

Eftersom ungdomars identitetsskapande och rollövertagande blir beroende av varandra i ett socialt fält som sociala medier, blir också ungdomars attityder en viktig punkt att analysera.

Deltagarna har en tydlig gemensam bild av sociala medier, vilket är en plats där de får möjligheter att samspela med varandra och samtidigt att få dela med sig sin självbild för att i sin tur få en bekräftelse i form av "likes" och "kommentarer" men det finns också negativa effekter av sociala medier. En av deltagarna uttrycker sig om detta genom att berätta om nätmobbning och sociala trakasserier bland annat:

Negativa kommentarer, sarkastiska såsom ärliga kan påverka jätte många. Det finns faktiskt känsliga människor som tar åt sig och mår väldigt dåligt av det av negativa kommentarer. Men samtidigt är det också en risk man får ta, när man publicerar något offentligt- Respondent D

Ungdomar har olika upplevelser på sociala medier. Deltagaren ovan visar en medveten attityd om negativa kommentarer som kan leda till att unga faktiskt påverkas av det, samtidigt poängterar deltagaren att ungdomar ändå väljer att ta den risken trots att det är en medveten attityd om en oönskad händelse (Hahnet al., 2014). Det finns en omedveten attityd som kan innebära en form av rädsla eller osäkerhet, detta kan vara det som ungdomar utsätts för när de blir offentliga på sociala medier, som Respondent D menar ovan. Ungdomars attityder skapas utifrån de referensgrupper samtidigt som de är kontinuerliga beroende av de normer som finns

i sociala medier, just för att passa in i den ideala bilden och grupptillhörigheten, i rädsla för att inte hamna utanför (Baron & Branscombe, 2014). Detta är också en anledning till att ungdomar lägger mycket fokus på att vara så perfekta som möjligt på ett offentligt plan.

Deltagarna har också en medveten attityd om sociala mediers påverkan på deras personlighet och identitetsskapande. En av deltagarna upplever att sociala medier har format henne till den hon är, deltagaren visar också en medveten attityd om den idealbild som finns på sociala medier och väljer att kalla den för "standard". Samtidigt som det är ett missnöje som deltagarna upplever samt den negativa påverkan på deras sociala liv som sociala medier utgör, så är de också beroende av sociala medier för att just leva upp till idealbilden.

Deltagaren berättar i slutet av intervjun:

Jag tror sociala medier påverkar oss jättemycket. Om jag inte använder sociala medier alls så hade jag varit en annan person nu. Jag hade varit mer social med andra människor, kanske lagt mer tid på annat som kan vara viktigare. Jag skulle inte heller brytt mig om hur mitt utseende för att det finns ingen standard som säger åt mig hur jag ska vara. För jag ser mycket hur andra lever bra på sociala medier och då tänker jag Ja jag vill också ha sånt liv - Respondent B.

Detta visar också att ungdomars upplevelser på sociala medier innebär mycket nedlagd tid och aktivitet som kan ge en viss påverkan på deras sociala relationer i verkligheten utanför olika sociala plattformar.

## 7. Slutsats

*Syftet med detta arbete har varit att undersöka ungdomars identitetsskapande i relation till sociala medier som ett socialt fält samt hur ungdomar upplever påverkan av sociala medier. Detta avsnitt kommer att ha studiens frågeställningar som underrubriker för att förtydliga studiens resultat och dra en slutgiltig slutsats.*

### 7.1 Hur ser relationen ut mellan ungas identitet och sociala medier som ett socialt fält?

Sociala medier är ett tydligt socialt fält som innefattar olika rum såsom olika sociala plattformar som delar samma normer och värderingar utifrån Bourdieu (1993). Som tidigare nämnts under tidigare avsnitt så har deltagarna varit överens om meningen bakom sociala medier, vilket är ett socialt fält för ungdomar att skapa en interaktion med varandra utifrån gemensamma intressen, värderingar, bakgrund etcetera.

Sociala medier är format utifrån en rad olika regler och koder som utgör ett socialt fält, en idealbild som är väldigt tydlig på sociala medier. Regler och koder som en mängd likes, kommenterar och följare på olika inlägg. Deltagarna nämner också att identitet spelar en stor roll på sociala medier, de likställer identitet med begreppet personlighet och blir övertygade om att det är individens identitet som presenteras på olika sociala plattformar. Ungdomar lägger värderingar i varandras identitet, hur man är och vad man väljer att publicera offentligt samt hur man väljer att publicera såsom *Respondent A* nämnde. De lägger också värderingar i idealbilden som har skapats vilket är en standard för att erhålla "likes och kommentarer", dessa funktioner avser en bekräftelse på att det man har valt att publicera blir mer eller mindre godkänt av sina följare (*Respondent B*). Deltagarna nämner också att sociala medier är också en plats för människor att kunna skapa kontakter med varandra, vilket också är en förklaring av begreppet socialt fält. De menar att det är identiteten som spelar roll, om man ska knyta kontakter med varandra vilket är ett huvudsyfte på olika sociala plattformar. Hur individer agerar och handlar offentligt på sociala medier kan vara avgörande för deras sociala liv eftersom detta uppges spegla deras identitet och personlighet, menar en av respondenterna. Eftersom ungdomars identitet enligt tidigare forskning formas av deras omgivning och de sociala interaktioner som utgör det sociala fältet sociala medier, blir det tydligt att ungdomars identitet påverkas av sociala medier och de regler och koder som finns där. Såsom *Respondent B* nämnde så har sociala medier också en påverkan på dennes sociala relationer utanför sociala



medier. Detta tydliggör relationen mellan ungdomars sociala medier och deras identitetsskapande.

Man ser ett tydligt samband mellan sociala medier som ett socialt fält och ungdomars identitet där unga möts och socialiserar samt att de tenderar att bjuda på sin identitet offentligt för en gruppstillhörighet eller en form av bekräftelse av sina följare. Ungdomar väljer att återgå till sociala medier dagligen, detta kan förklaras av att ungdomar hittar en bekvämlighet i olika sociala rum tillsammans med andra som delar gemensamma värderingar och normer. Ungdomarna är också beroende av varandra, detta förklaras också av det som Mead (1976) menar med mänskliga samspelet och rollövertagande. De väljer att orientera sig på det sociala fältet, publicera sin identitet offentligt genom bilder, inlägg och videos och sedan få reaktioner av sina följare genom förmågan att sätta sig in i varandras positioner.

## **7.2 Hur upplever ungdomar att sociala medier påverkar deras identitetsskapande?**

Såsom en av deltagarna nämnde så är det väldigt viktigt för unga att få "likes" och "kommentarer" på det man väljer att publicera. Det blir tydligt att ungdomars självbild är beroende av hur deras följare ser på dem genom olika reaktioner och respons i form av olika funktioner. Rollövertagandet är just förmågan för att kunna sätta sig in i varandras positioner och kunna samspela med allt i sin omgivning. Mitt resonemang är att ungdomars upplevelser är att sådant kan både ge en negativ och positiv inverkan på dem, beroende på vad man får för reaktioner av andra. Ungdomar visar medvetna attityder om negativa reaktioner på sociala medier, detta visar att ungdomar har förmågan att sätta sig in i andras positioner. Deltagarna upplever att sociala medier har en viss påverkan på deras identitetsskapande, vilket också kan förklaras som en medveten attityd som de har. En annan medveten attityd och upplevelse är faktum att det finns många konsekvenser av att välja att vara offentlig på olika sociala plattformar. Detta kan i sin tur leda till en omedveten attityd som en form av rädsla och osäkerhet för att inte kunna leva upp till idealbilden. Detta för att ungdomar omedvetet gör allt i sin makt för att uppnå idealbilden. Dock är idealbilden inget som ungdomar diskuterar i sin vardag. De är också överens om att sociala medier ger en upplevelse av glamour och guld, allting ska vara så perfekt som möjligt trots att det kan vara motsatsen i verkligheten. Respondent B berättar tydligt om den perfekta bilden som presenteras på sociala medier. Ibland kan det också vara svårt att skilja mellan bild och verklighet och ungdomar gör allt i sin makt

för att få ett likvärdigt liv, ett liv som alla andra på sociala medier, ett liv som kan innebära en perfekt visualisering. På så sätt blir också ungdomars attityd en avgörande roll för deras identitetsskapande på sociala medier. Denna studie visar att deltagarnas attityder är kontinuerligt föränderliga likaså deras identitet, beroende på omgivningen och grupptillhörigheten som finns på det sociala fältet, samspelet mellan ungdomarna formar deras attityder kring olika värderingar, normer och olika intressen på sociala medier.

## 8. Diskussion

Sociala medier med dess olika sociala plattformar har blivit en del av människors liv. Det är inte bara en plats där människor socialiserar med varandra, utan olika sociala plattformar som Instagram, Tiktok och Snapchat som innehåller olika aktiviteter. Ungdomar använder plattformar i olika syften dagligen utifrån intressen, värderingar, normer etc. Personligen tror jag att anledningen till att ungdomar konstant använder sociala medier är just för att det erbjuder nya trender hela tiden, detta lockar människors intressen. De olika sociala plattformarna är alltid under uppdatering och förändring, detta leder till att ungdomar uppmuntras att inte slita sig loss och uppmuntras till att hålla sig aktiva genom aviseringar, notiser och påminnelser i form av kommentarer, likes och olika typer av reaktioner. Deltagarna i studien har varit huvudgruppen under undersökningens gång eftersom studiens syfte och frågeställningar hade fokus på ungdomars identitetsskapande samt deras upplevelser av det, i relation till sociala medier. För att erhålla djupare och bredare förståelse kring ämnet som har diskuterats blir min första rekommendation är att använda sig av fler respondenter, på så sätt kan man få en klarare bild och ett tydligare resultat. Ett annat förslag är att använda sig av flera metoder under olika perioder. Framför allt för att sociala medier är kontinuerligt och uppdateringar sker ganska konstant, det blir därför intressant för framtida forskning att studera ungdomars identitetsskapande på sociala medier över tid och se hur utvecklingen kan vara. Flera metoder hjälper också forskaren att få olika perspektiv från olika synvinklar. Detta förklaras genom begreppet triangulering som Bryman & Bell (2017) beskriver, ett sätt att kombinera flera metoder för att öka studiens trovärdighet och stärka studiens resultat. Som nämnt under metodavsnittet så har jag valt att använda mig enbart av semistrukturerade intervjuer på grund av tidsbrist.

Ett annat förslag för framtida forskning är att jämföra sociala medier med andra sociala fält som ungdomarna orienterar sig i, ett exempel är skolan. Skolan är också ett socialt fält där ungdomar spenderar långa dagar under läsåret, det blir därför intressant att jämföra ungdomars identitetsskapande på ett socialt fält som skolan samt skapa en jämförelse med andra sociala fält som sociala medier för att se vilka likheter och skillnader det finns för unga att skapa sociala relationer online och på en annan plats som skolan. Slutligen har det varit väldigt lärorikt att genomföra detta arbete. All information som har inkommit från deltagarna har varit till godo för att kunna uppnå studiens syfte och frågeställningar.

## 9. Referenslista

Alvehus, J. (2019). *Skriva Uppsats med Kvalitativ Metod: En Handbok*. Stockholm: Liber.

Baron, R. A., & Branscombe, N. R. (2014). *Social psychology*. (13 uppl.) Harlow: Pearson Education

Berger, P., Luckmann, T. (2010). *Kunskapssociologi*. Stockholm: Wahlström & Widstrand.

Bremberg, S., Jägerskog, M., & Mannby, L. (2019). *Hur har barn det? Om barns livssituation- trender, utmaningar och möjligheter* (Bris rapport 2019:1) Hämtad: 2023-02-12 från:

[https://www.bris.se/globalassets/om-bris/bris-rapport-2019/bris\\_arsrapport2018\\_2019\\_1.pdf](https://www.bris.se/globalassets/om-bris/bris-rapport-2019/bris_arsrapport2018_2019_1.pdf)

Bolton, R.N., Parasuraman, A., Hoefnagels, A., Migchels, N., Kabadayi, S., Gruber, T., Komarova Loureiro, Y. & Solnet, D. (2013). Understanding Generation Y and their use of social media: a review and research agenda. *Journal of Service Management*. Vol. 24 No. 3, pp. 245-267. doi.org/10.1108/09564231311326987

Bourdieu, P. (1993). *Kultursociologiska texter*. Stockholm/Stehag: Brutus Östlings Bokförlag Symposium AB.

Broady, D. (1991). *Sociologi och epistemologi: Om Pierre Bourdieus författarskap och den historiska epistemologin*. 2 uppl., Stockholm: HLS Förlag.

Bryman, A. & Bell, E. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber AB. 2 uppl.

Bryman, A. & Bell, E. (2017) *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber.

Booth, W. C., Colomb, G. G., & Williams, J. M., (2004). *Forskning och skrivande: konsten att skriva enkelt och effektivt*. Lund: Studentlitteratur AB.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social Media: Defining, Developing, and Divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23, 46-65. doi.org/10.1080/15456870.2015.972282

- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: Sage publications.
- Björk, Å. (2017). Drama, hat och vänskap om ungdomars interaktioner på sociala medier. (Doktorsavhandling, Umeå universitet, Umeå, (978-91-7601-783-8). Hämtad 2023-04-14, från: <http://umu.diva-portal.org/smash/get/diva2:1158044/FULLTEXT03.pdf>
- Carlsson U. (2010). *Barn och unga i den digitala mediekulturen*. Göteborg: Nordicom, Göteborgs universitet.
- Chiou Y., Chen M., Huang L., Huang, L. & Hu S. (2008). *The effects of blog product placement type and source credibility on the attitudes toward product placement in Taiwan*. Hämtad 2023-04-10, från: [https://www.researchgate.net/publication/228415480\\_The\\_effects\\_of\\_blog\\_product\\_placement\\_type\\_and\\_source\\_credibility\\_on\\_the\\_attitudes\\_toward\\_product\\_placement\\_in\\_Taiwan](https://www.researchgate.net/publication/228415480_The_effects_of_blog_product_placement_type_and_source_credibility_on_the_attitudes_toward_product_placement_in_Taiwan)
- Denscombe, M. (2009). *Forskningshandboken – för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskapen*. Lund: Studentlitteratur.
- Guinta M. R. & John R. M. (2018). Social media and adolescent health. *Pediatric nursing*. Pitman. Vol. 44(4), pp 196-201.
- Gubrium J. F. & Holstein J. A. (1997). *The New Language of Qualitative Method*. New York: Oxford University Press Inc
- Giddens, A. (1999). *Modernitet och självidentitet: självet och samhället i den senmoderna epoken*. Göteborg: Daidalos.
- Guggenbuhl, A. (2003). *Pubertet – pest och pina*. Stockholm: Natur och kultur.
- Gubrium, J. F. & Holstein, J. A. (1997). *The New Language of Qualitative Method*. Oxford University Press.
- Hahn, A., Judd, M, C., Hirsh, K, H, & Blair, V, I. (2014). Awareness of implicit attitudes. *Journal of experimental psychology*. Vol. 143, pp 1369-1392 doi:10.1037/a0035028

Hawk, T. S., Eijndn, M. J. J. R., Lissa, J. C., & Bogt, M.,F. T. (2019). Narcissistic adolescents attention-seeking following social rejection: Links with social media disclosure, problematic social media use, and smartphone stress. *Computer in human behavior*, 92, 65-75. doi:10.1016/j.chb.2018.10.032

Halbeisen, G., Walther, E., & Schneider, M. (2017). Evaluating conditioning and the development of attitudes in early childhood. *Child development*. Vol. 88, pp 1536-1543 doi:10.1111/cdev.12657

Hiltunen L. (2017). *Lagom perfekt: erfarenheter av ohälsa bland unga tjejer och killar*. Lund: Arkiv förlag.

Holme M. I. & Solvang K. B. (1997). *Forskningsmetodik: Om kvalitativa och kvantitativa metoder*. Lund: Studentlitteratur AB.

Jacobsen I. D. (2002). *Vad, hur och varför? - Om metodval i företagsekonomi och andra samhällsvetenskapliga ämnen*. Lund: Studentlitteratur AB.

Kvale, Steinar & Brinkmann, Svend (2014). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (3:e upplagan). Lund: Studentlitteratur.

Kvale, S. (1997) *Den kvalitativa forskningsintervjun*. (2:e upplagan). Lund: Studentlitteratur

Mead, G. H. (1962). *Mind, self and society: from the standpoint of a social behaviorist*. Chicago: Univ. of Chicago Press

Mead, G. H. (1976). *Medvetandet, jaget och samhället från socialbehavioristisk ståndpunkt*. Lund, Argos Förlag AB.

Rennstam, Jens & Wästerfors, David (2015). *Från stoff till studie. Om analysarbetet i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.

Rajamohan, S., Bennett, E., & Tedone, D. (2019). The hazards and benefits of social media use in adolescents. *Nursing*, 49(11), 52–56. doi:10.1097/01.NURSE.0000585908.13109.24

Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A biopsychosocial model of social media use and body image concerns, disordered

eating, and muscle-building behaviors among adolescent girls and boys. *Journal of youth and adolescence*, 49(2), 399-409. doi:10.1007/s10964-019-01190-0

Sorbring, E., Andersson, Å. & Molin, M. (red.) (2014). *Att förstå ungdomars identitetskapande: en inspirations- och metodbok*. (1. uppl.) Stockholm: Liber.

Secher, Å. (2016). *Ungas integritet på nätet* (978-92-7611-449-0). Hämtad 2023-02-12 från: <https://www.bris.se/globalassets/pdf/rapporter/ungas-integritet-pa-natet-bris-och-iis-pdf>

Svenskarna och internet. (2021). *90-talisterna flitigast på sociala medier*. Hämtad 2023-03-05 från: <https://svenskarnaochinternet.se/rapporter/svenskarna-och-internet-2021/sociala-medie>

## Bilagor

### Bilaga 1 Informations och samtyckesbrev



#### **Bilaga 1**

##### Information och samtyckesbrev

Hej! Jag heter Rani Kerio, student vid Göteborgs universitet. Min handledare är professor och sociolog Carl Cassegård från Institutionen för Sociologi och arbetsvetenskap. I min kandidatutbildning ingår ett examensarbete där en forskningsstudie ska göras mellan april och juni månad 2023. Jag har av tidigare intresse bestämt att studera ungdomars identitetsskapande med relation till sociala medier som ett socialt fält.

Forskningsstudien kommer genomföras med enskilda intervjuer där deltagarna är 4 unga mellan 17-19 år, två killar och två tjejer och jag skulle vilja fråga om du vill vara en av deltagarna! Det kommer finnas fasta frågor för att hålla samtalet inom ramen för vad forskningsstudien ämnar ta upp. För övrigt kommer det att finnas stort utrymme för att diskutera och uttrycka sina åsikter fritt. Intervjun är beräknad att ta mellan ca 40-50 minuter. Deltagarna bjuds på fika. Meddela ev. allergi.

En förhoppning är att resultatet ska bidra till att se efter hur sociala medier kan ha en påverkan över ungas identitet samt huruvida de upplever sin identitetsskapande i relation till sociala medier. Jag som forskare grundar min studie på de etiska principer som finns, vilket innebär att deltagarna är fullständigt anonyma och kan välja att avbryta intervjun när som helst utan att ange orsak.

Självklart kommer deltagarna att bli erbjudna att ta del av studien när den är publicerad.

OBS! Allt material behandlas konfidentiellt

Tveka inte på att höra av er vid eventuella frågor och funderingar genom:

Tel: 070-863 85 60

E-mail: ranikerio@outlook.com

Tack på förhand! Härmed godkänner jag mitt deltagande i intervjun med Rani Kerio, kandidatstudent vid Göteborgs Universitet \_\_\_\_\_



## Bilaga 2 Intervjuguide

### Inledningsfrågor

-Känns det okej att spela in intervjun?

- Hur gammal är du?
- Vad har du för sysselsättning?

### Sociala medier

- Vad betyder *sociala medier* för dig?
- Hur länge har du varit aktiv på *sociala medier*?
- Hur använder du *sociala medier*? Läger du upp något själv eller tittar mest på andras inlägg?
- Vad tycker du om olika plattformar som Tiktok, Instagram och Snapchat etc? Nämn något bra och dåligt
- Hur viktigt är det att få många likes och kommentarer på det man publicerar?
- Får du många likes och kommentarer? Hur känns det?
- Vad är det som väcker mest intresse på *sociala medier*?
- Vad är viktigast med *sociala medier*, enligt dig?

### Identitet

- Vad innebär identitet för dig?
- Kan du beskriva dig själv med tre ord?
- Hur skulle dina närmaste beskriva dig med tre ord?
- Tror du att dina närmaste beskriver dig annorlunda? Varför?
- Hur uppfattar du dig själv på sociala medier? (Online)
- Hur uppfattar du dig själv utanför sociala medier? (Offline)
- Har du några förebilder på sociala medier?
- Finns det någon personlighet du absolut avskyr på sociala medier?
- Har du fått höra någon negativ respons om något du har publicerat på sociala medier? Hur kändes det?
- Tror du sådant påverkar dig eller andra i din omkrets? Varför då?
- Utifrån samtalet vi har haft, har du fått nya synpunkter om identitet och sociala medier?

*Tack så mycket!*