INSTITUTIONEN FÖR SOCIOLOGI OCH ARBETSVETENSKAP

MOTIVATION OCH DRIVKRAFTER FÖR OBETALT ARBETE I SOCIALA MEDIER:

En studie av Lady Gaga-fankonton

Therese Hjers

Examensarbete:	15 hp
Program:	Arbetsvetarprogrammet
Nivå:	Grundnivå
Termin/år:	VT 2026
Handledare:	Gunnar Gillberg

Förord

Det har varit mycket givande och roligt att få skriva om mitt största intresse och samtidigt kunna koppla det till min kandidatuppsats i arbetsvetenskap. Från att jag stod i grundskolan år 2010 och höll presentationer om Lady Gaga, till att jag nu har fått möjlighet att skriva en hel uppsats på universitetet - cirkeln är sluten. Syftet med denna studie har varit att undersöka de bakomliggande drivkrafterna och motivationen till det omfattande men oavlönade digitala arbete som fans utför på sociala medier. Att belysa detta fenomen har varit genuint intressant, särskilt då kopplingen mellan fankultur och arbetsvetenskap är ett område som fortfarande är relativt outforskat jämfört med annan arbetsvetenskaplig forskning. Min egen position som ett hängivet fan har gett mig en värdefull förförståelse för ämnet, men eventuell risk för bias och min roll som forskare diskuteras vidare i metod- och diskussionsavsnittet.

Jag vill tacka min handledare Gunnar, för att han trodde på min idé och för sitt stöd genom hela processen. Tack också till min bästa vän Tilde, som alltid finns där för mig. Självklart vill jag tacka Lady Gaga och alla Little Monsters som jag intervjuade. Paws up.

Abstract

Title: Motivation and Drivers for Unpaid Work in Social Media: A Study of Lady Gaga Fan Accounts **Author:** Therese Hjers **Supervisor:** Gunnar Gillberg **Examiner:** Philip Creswell **Type of work:** Bachelor's thesis in Work Science, 15 credits **Term:** Spring Semester 2026 **Number of characters (including spaces):** 94 859 **Keywords:** Digital labour, Exploitation, Fan labour, Lady Gaga, Motivation, Self-determination theory

The aim of this study is to investigate the motivations behind individuals running unpaid fan accounts on social media dedicated to Lady Gaga from a work science perspective. Furthermore, the study critically analyzes the boundary between voluntary engagement and potential labor exploitation. The research questions are: ”What drivers and motivations underlie individuals unpaid management of Lady Gaga fan accounts on social media?” and ”What potential negative consequences or risks may arise for individuals who manage fan accounts on social media without compensation?”. The study employs a qualitative method consisting of five semi-structured interviews with fan account owners active on platforms such as TikTok, Instagram, and X. The participants were recruited globally through social media based on their frequent and unpaid engagement. Four interviews were conducted via video calls and one via email. The empirical material was processed through a thematic analysis with an abductive approach, where Self-Determination Theory and critical perspectives on digital labor were integrated to interpret the findings. The results show that the primary drivers for managing unpaid fan accounts are intrinsic and closely linked to the fulfillment of three basic psychological needs; autonomy, competence, and relatedness. Relatedness is found through a strong sense of community within the Little Monster fandom, often described as a ”family,” and through an emotional bond with Lady Gaga. Direct interaction and recognition from the artist, such as likes or comments, serve as significant emotional rewards and motivators. Competence is expressed through content creation, such as video editing, and the achievement of personal goals, From a critical perspective, the study concludes that participants act as ”prosumers” whose unpaid free labour generates economic surplus value for social media platforms and the artist's brand. A key risk identified is the extensive time commitment required, which leads to a blurring of boundaries between work and leisure and can manifest as a form of self-imposed pressure.

Innehållsförteckning

1. Inledning 6
1.1. Bakgrund 7
1.1.1. Begrepp 7
1.1.2. Lady Gaga 7
1.1.3. Little Monsters 8
1.1.4. Fankonton 9
2. Syfte och frågeställningar 10
3. Tidigare forskning 11
3.1. Fan labour och free labour 11
3.2. Motivation av obetalt arbete 12
3.3. Exploatering av free labour 12
3.4. Little Monsters relation med Lady Gaga 13
4. Teori 15
4.1. Free labour 15
4.2. Motivationsteorier 15
4.2.1. Teori X och Y 15
4.2.2. Självbestämmandeteorin 16
4.2.3. Inre och yttre motivation 16
4.3. Kritiska perspektiv på exploatering av obetalt digitalt arbete 17
5. Metod och material 20
5.1. Urval och avgränsningar 20
5.2. Tillvägagångssätt 20
5.2.1. Hitta deltagare och val av metod 20
5.2.2. Intervjuerna 21
5.2.3. Tematiska analysen av intervjuerna 22
5.3. Etiska reflektioner 23
5.3.1. Bias 23
5.3.2. Samtycke från deltagarna 23
5.4. Deltagare 24
5.4.1. Intervjuperson 1 24
5.4.2. Intervjuperson 2 24
5.4.3. Intervjuperson 3 25

5.4.4. Intervjuperson 4 25
5.4.5. Intervjuperson 5 25
6. Resultat och analys 26
6.1. Motivation och engagemang 26
6.1.1. Gemenskap 26
6.1.2. Emotionell aspekt 27
6.1.3. Interaktion med Lady Gaga 28
6.1.4. Passion och intresse 30
6.1.5. Kreativitet och uppnå mål 31
6.2. Kritiskt perspektiv – free labour och exploatering 32
7. Slutsatser 34
8. Diskussion 36
9. AI 39
10. Referenslista 40
11. Bilagor 43

1. Inledning

Att utföra ett arbete innebär ofta att arbetstagaren erhåller lön eller annan form av ersättning, samtidigt finns det många personer som utför någon typ av arbete helt oavlönat. Det kan exempelvis vara i form av ideellt arbete inom välgörenhet eller idrott, obetalt arbete i hemmet eller andra aktiviteter som individen själv inte nödvändigtvis uppfattar som ett arbete. Vad är det egentligen som driver personer till att frivilligt utföra någon form av arbete gratis? I takt med den ständiga digitaliseringen ökar dessutom arbete via sociala medier - både betalt och obetalt arbete. Om innehållet är betalt kan det bland annat ske genom sponsrade inlägg eller antal följare på sociala medieplattformar. I en rapport av International Labour Organization (2021) undersöker de hur digitala arbetsplattformar har förändrat arbetsmarknaden och även hur personer kan tjäna pengar av att exempelvis posta videor. Detta belyser en central arbetsvetenskaplig problematik i en digitaliserad samtid, där de traditionella gränserna för vad som betraktas som arbete ständigt utmanas och omformas genom nya former av oavlönat engagemang. Däremot kommer denna studie att analysera det frivilliga engagemanget som privatpersoner har som utför digitalt arbete via sociala medier utan betalning. Denna studie fokuserar på den motivation och drivkraft som privatpersoner har som helt oavlönat driver fankonton tillägnade Lady Gaga. Det finns ett stort antal fankonton på olika sociala medier som är dedikerade till henne och fungerar som en nyhetskälla med dagliga uppdateringar. Inläggen som läggs upp på dessa konton kan vara bland annat turnéinformation, paparazzibilder, konsertvideor, streamingstatistik från Spotify och andra typer av nyheter som fans är intresserade av. Dessa konton blir som marknadsföring och reklam för Lady Gaga och hennes projekt. Med snabba uppdateringar sprider de information globalt och gör därför ett arbete som Lady Gagas egna marknadsföringsteam hade kunnat göra - däremot helt oavlönat. Dessa fans intar därmed en dubbel roll som prosumenter, då de både konsumerar Lady Gagas innehåll och själva producerar material som sprids vidare i den digitala ekonomin kring henne. Vissa personer kan tjäna pengar på sina konton eftersom de har fått ett högt antal följare, medan vissa utför samma typ av arbete oavlönat på sin fritid. I studien har fem deltagare som driver fankonton blivit intervjuade och gett sina individuella perspektiv om vad som motiverar dem.

Det finns tidigare forskning om motivationsteorier kopplade till obetalt arbete, fan labour (fanarbete) via sociala medier samt om relationen mellan Lady Gaga och hennes fans, vilket bidrar till en ökad förståelse för fenomenet. Däremot är forskningen begränsad när det gäller motivationen hos privatpersoner som utför digitalt arbete genom fankonton tillägnade Lady

Gaga. Denna studie syftar till att bidra med kunskap till forskningsfältet genom en arbetsvetenskaplig teoretisk analys med utgångspunkt i motivationsteorier och kritiska perspektiv på arbete på sociala medier. Studien granskar de bakomliggande motiv som motiverar deltagarna, gränsdragningen mellan frivilligt engagemang och exploatering av arbetskraft, samt relaterar dessa aspekter till relevanta motivationsteorier för att belysa fanarbete som företeelse.

1.1. Bakgrund

Följande rubriker presenterar centrala begrepp som kommer att användas i studien, en kort introduktion till vem Lady Gaga är samt beskriver relationen mellan henne och hennes fans. Detta för att ge en bakgrund som underlättar förståelsen av studiens fortsatta innehåll.

1.1.1. Begrepp

Little Monsters – Namnet på Lady Gagas fans.
Mother Monster – Smeknamn på Lady Gaga, kallat av hennes fans.
Paws up – Ett handtecken som visar att man är ett Little Monster. En uppsträckt hand som formar sig som en klo. Görs ofta på Lady Gagas konserter.
Fan labour – Syftar på det obetalda arbete fans utför genom att skapa, sprida eller organisera innehåll relaterat till exempelvis en artist eller ett verk. Detta kan ske genom bland annat fanart, videor, fankonton eller genom att sprida innehåll på sociala medier.
Free labour – Syftar på det arbete som utförs utan ekonomisk ersättning, ofta i digitala miljöer online. Begreppet kommer från Terranova (2000).
Fankonto – Fans som har ett konto på sociala medier tillägnat till sin idol och postar endast innehåll kring idolen.
Fanart – Konst i form av målningar, videoredigeringar och liknande tillägnat till sin idol.
Fanedits – Videoredigeringar skapade av fans som ofta fokuserar på en idol och kombineras vanligtvis med musik, klipp och visuella effekter.
Exploatering – Innebär att en part utnyttjar en annan parts arbete, resurser eller situation för egen vinning.

1.1.2. Lady Gaga

Lady Gaga är en amerikansk artist, låtskrivare och skådespelare (Britannica, 2026). Hon föddes 28 mars 1986 som Stefani Joanne Angelina Germanotta och fick sitt genombrott 2008 med hennes debutalbum *The Fame*. I nuläget har hon släppt sju studioalbum och utöver det både soundtracks till filmer samt jazzalbum. Hon har haft huvudroll i filmerna *A Star Is Born*,

House of Gucci, *Joker: Folie à Deux* och även medverkat i flertal TV-serier. Hon är välkänd för sina extravaganta kläder, kreativa uppträdanden och sin unika artistpersona. Utöver sin musikaliska karriär är Lady Gaga även känd för sitt engagemang inom välgörenhet och aktivism, särskilt i frågor som rör HBTQ-rättigheter och feminism. År 2012 grundade hon tillsammans med sin mamma Cynthia Germanotta en ideell välgörenhetsorganisation vid namn Born This Way Foundation. På organisationens hemsida beskriver de sitt uppdrag som att stärka och inspirera unga människor att skapa en vänligare och modigare värld som främjar deras psykiska hälsa och välbefinnande (Born This Way Foundation, u.å.). Lady Gagas inflytande inom musik och populärkulturen har bidragit till en stor och lojal fanskara som identifierar sig med hennes musik och budskap.

1.1.3. Little Monsters

Relationen mellan Lady Gaga och hennes fans, Little Monsters, är något som både har uppmärksammats i media och studerats. Det är välkänt att hon har en nära relation med sina fans och ständigt visar tacksamhet för sin framgång. I intervjuer, tacktal på galor, sociala medier och under Lady Gagas konserter är några av tillfällen då hon brukar hylla och tacka sina Little Monsters. Smeknamnet på hennes fans skapades av Lady Gaga i början av hennes karriär, under perioden av hennes andra album *The Fame Monster* som kom ut 2009. Fansen brukade stå på konserterna med händerna uppsträckta som klor, precis som i koreografin till musikvideon för “Bad Romance”, därefter började hon kalla sina fans för Little Monsters (SiriusXM, 2011). Handgesten har sedan dess kommit att symbolisera fandomen och visas ofta under hennes konserter. Därefter uppstod smeknamnet Mother Monster, eftersom hon ses som en modersgestalt eller ledare för hennes fans.

År 2012 skapade hennes team en hemsida och app dedikerad till henne och hennes fans som fick namnet Littlemonsters.com. På den plattformen kunde fans publicera inlägg och det fanns även ett chattforum där Lady Gaga själv var aktiv och interagerade med sina fans. På X (före detta Twitter) svarar hon ibland sina fans, repostar eller gillar deras inlägg. Under de senare åren har hon i stället blivit mer aktiv på den populära sociala medieplattformen TikTok och kommunicerar med sina fans där. På hennes profil finns flertal videor som hon har återpublicerat. Videorna består oftast av fans som exempelvis gör covers på hennes låtar, filmar sina upplevelser på hennes konserter eller på annat sätt uttrycker sitt engagemang för Lady Gaga. Under de videor hon delat skriver hon ibland kommentarer, ofta i form av komplimanger eller uttryck för sin uppskattning, till exempel att hon älskar dem. I en intervju på Youtube med Naomi Watanabe (2025, mars) berättar Lady Gaga att det alltid är hon som

kommenterar eller gillar videor på TikTok, och betonar att det alltid är hon som styr sina sociala medier. Enligt en enkät genomförd av Upgraded Points (Miller, 2023) hamnade Lady Gaga bland de fyra artister med mest lojala fans, vilket gjorde henne till den högst placerade kvinnliga artisten. Enkäten undersökte bland annat hur långt man som fan var villig att resa för att se henne live, hur mycket man var villig att betala för en konsertbiljett och liknande frågor.

1.1.4. Fankonton

Det finns en mängd olika typer av konton på sociala medier. Vanligtvis är det privatpersoner som har konton under sitt eget namn för privat bruk. Det finns också konton med en särskild inriktning som ägnar hela sitt innehåll åt sina idoler. Artister, band, skådespelare och andra celebriteter får ofta sådana konton skapade av sina fans. På svenska kallas dessa konton för ”fankonto” och på engelska nämns de oftast som ”fanpage” eller ”fan account”. Personerna bakom dessa konton lägger ner olika mycket tid av arbete och somliga får till och med betalt. Följarantalet på dessa konton kan variera från hundratals till miljontals följare. Detta, tillsammans med antalet visningar, påverkar möjligheten att få betalt för sitt arbete. Det finns flera som utför samma typ av dagliga arbete och engagemang, men gör detta helt obetalt. Alla konton använder dem dock inte som en nyhetskälla för andra fans, utan vissa gör det främst för att uppleva en känsla av kollektiv samhörighet med andra fans.

Flera master- och kandidatuppsatser har undersökt hur fans uttrycker sig och interagerar online. D’Angelo (2016) beskriver i sin masteruppsats hur Little Monsters online ofta döper sina användarnamn till någon form av referens till Lady Gaga och uttrycker sin kärlek till sin idol. De använder också sina konton för att publicera kreativt innehåll, till exempel genom att klä ut sig till henne eller dansa till hennes låtar, i hopp om att hon ska uppmärksamma det. I Kalte och Stammings (2014) kandidatuppsats beskriver de hur fans online skapar gemenskap, formar sin identitet och bygger en livsstil. Detta gör de genom interaktion med andra fans på forum och i kommentarsfält.

2. Syfte och frågeställningar

Syftet med studien är att undersöka vilka drivkrafter och motivationer som ligger bakom att privatpersoner oavlönat driver fankonton på sociala medier. Studien är avgränsad till fankonton tillägnade Lady Gaga. Ämnet är relevant inom arbetsvetenskap och denna studie bidrar till forskningsområdet obetalt arbete och motivation bakom oavlönat arbete. I studien tillämpas även teorier som kopplar obetalt arbete till arbetsvetenskapliga perspektiv på motivation och drivkrafter för frivilligt engagemang. Olika aspekter som deltagarnas tid, engagemang och känslor kommer också att undersökas. Vidare kommer studien att kritiskt analysera gränsen mellan frivilligt engagemang och potentiell exploatering av arbetskraft, samt identifiera möjliga risker. Studien har följande frågeställningar:

- Vilka drivkrafter och motivationer ligger bakom att personer oavlönat driver Lady Gaga-fankonton på sociala medier?
- Vilka eventuella negativa konsekvenser eller risker kan uppstå för personer som obetalt driver fankonton på sociala medier?

3. Tidigare forskning

Tidigare forskning i form av vetenskapliga artiklar, bokkapitel och studier som berör olika delar av ämnet. Den tidigare forskningen bidrar till att belysa centrala perspektiv och begrepp som är relevanta för studiens analys.

3.1. Fan labour och free labour

Inom forskningen pågår en diskussion om huruvida fans digitala aktiviteter är hobbyverksamhet eller värdeskapande arbete. De Kosnik (2013, s. 99) argumenterar för att fans som producerar innehåll online inte bör betraktas endast som en hobbyverksamhet, utan snarare bör ses som en form av free labour som genererar betydande ekonomiskt värde för medieindustrin. Fansens arbete sker genom exempelvis att göra videor, underhålla fanwebbsidor, digital konst med mera. Detta blir som en sorts marknadsföring, ger uppmärksamhet och stärker ryktet för den eventuella artistens eller filmens varumärke (De Kosnik, 2013, s. 109).

Denna uppfattning om fans som omedvetna producenter av ekonomiskt värde motsägs dock av Derbaix et al. (2023), då det framkommer i deras studie att fansen sällan identifierar sig som exploaterad arbetskraft. Derbaix et al. utförde en kvantitativ empirisk studie om fans till artisten Rihanna i syfte att undersöka sambandet mellan deras passion och engagemang i det obetalda digitala arbete de utför. De ville även undersöka om fansen själva ser sitt innehållsskapande online som ett faktiskt arbete eller en fritidssysselsättning. Författarna beskriver begreppet fan labour i studien som digitala aktiviteter, till exempel fanart, videoredigering eller driva bloggar. De använde sig av flera olika teoretiska ramverk, bland annat Absorption-addiction model genom att beskriva mätinstrumentet Celebrity Attitude Scale (CAS) (McCutcheon et al., 2002, refererad i Derbaix et al., 2023). CAS mäter fansens anknytning i tre olika nivåer; från den första nivån som innefattar social underhållning, den andra nivån som innebär mer engagemang och på ett personligt plan och den tredje som beskrivs som besatthet och övergång till okontrollerbart beteende. I studien fokuserade författarna endast på den första nivån. Ytterligare diskuterade författarna inre och yttre motivation. Studien visade att deltagarna främst utför arbetet för sin egen skull i form av inre motivation, vilket gav möjligheten till självuttryck och nöjet att skapa. De flesta fansen såg dessa aktiviteter som en hobby och gjorde detta för gemenskapen med andra fans. Slutsatsen i studien var att fansen själva inte upplevde att de blev exploaterade av underhållningsindustrin och att den främsta drivkraften var passion.

3.2. Motivation av obetalt arbete

Forskning kring motivation av obetalt arbete betonar ofta samspelet mellan individens inre tillfredsställelse och sociala faktorer. Bruno och Fiorillo (2012) analyserar i sin studie vilka drivkrafter som ligger bakom att människor regelbundet engagerar sig i obetalt arbete inom ideella organisationer. Författarna kombinerar en empirisk analys med en teoretisk modell. De utgår från att det finns två olika perspektiv på varför personer utför gratis arbete i form av volontärarbete. Det första är en konsumtionsmodell och att människor drivs av inre motivation. Volontärarbetet ger därför en direkt inre tillfredsställelse. Det andra perspektivet är att volontärarbetet ses som en investering i sitt humankapital, alltså att det finns en yttre motivation som har syftet att öka sin kompetens, förbättra nätverk eller liknande. I studien kommer de fram till att de flesta drivs av båda motiven, men att den inre motivationen har en starkare inverkan på beslutet att utföra obetalt arbete regelbundet.

Denna inre drivkraft kan i sin tur kopplas till det som Prouteau och Wolff (2008) undersöker i sin artikel om varför människor väljer att arbeta ideellt, med särskilt fokus på det relationella motivet. I likhet med Bruno och Fiorillo visar Prouteau och Wolff att icke-materiella faktorer är centrala och att socialt utbyte samt nya vänskapsrelationer utgör den viktigaste belöningen för obetalt arbete. Författarna gör en kvantitativ studie och använder sig av befintlig data för att se sambandet mellan volontärarbete och sociala relationer. De beskriver att ett av de vanligaste motiven till att människor utför ideellt arbete är altruism, vilket innebär viljan att hjälpa andra och att vara till nytta för samhället utan att förvänta sig något tillbaka. I studien framkommer det att det sociala utbytet är en av de viktigaste drivkrafterna bakom det obetalda arbetet. Ytterligare visade datan att det finns ett direkt kausalt samband att volontärarbetarna får nya vänskapsrelationer genom det obetalda arbetet de utför. Det sociala utbytet var därför alltså en avgörande belöning för att människor väljer att arbeta gratis.

3.3. Exploatering av free labour

En central fråga inom forskningsfältet är huruvida frivilligt och obetalt fanarbete ska betraktas som en form av exploatering. Hesmondhalgh (2010) undersöker kritiska analyser av obetalt arbete i form av användargenererat innehåll i digitala medier. Närmare det arbete som personer utför online genom exempelvis att skapa innehåll, bygga webbsidor och publicera fotografier på sociala medier. Analysen genomförs utifrån ett marxistiskt perspektiv. Han beskriver begreppet free labour som arbete som kan upplevas både som frivilligt och njutbart, men som samtidigt kan betraktas som en källa till exploatering. Författaren kom fram till att

det är problematiskt att likställa digitalt gratisarbete med exploatering. Eftersom det digitala deltagande saknar tvång, vilket är en viktig definition av begreppet exploatering enligt Marx.

Linden och Linden (2017) påpekar däremot i sin bok *Fans and Fan Cultures* att individer exploateras genom obetalt arbete i form av fan labour. Författarna förklarar att det finns en konflikt mellan fansens kreativitet och passion som förvandlas till en ekonomisk tillgång för medieproducenter, varumärkesägare och idrottsföreningar. De menar att fans utför ett arbete som företag tidigare behövde betala för. De skriver även att företag utnyttjar fans för gratis reklam, men att fansen själva betraktar sina aktiviteter som en meningsfull hobby snarare än som obetalt arbete. Slutsatsen i studien är att exploateringen handlar om en komplex balans mellan fansens eget inflytande och hur marknaden styr dem.

3.4. Little Monsters relation med Lady Gaga

Digitaliseringen har förändrat hur fans och artister interagerar och möjliggjort nya former av känslomässig samhörighet online. I en artikel av Click et al. (2013) har forskare undersökt den unika relationen mellan Lady Gaga och hennes fans. De har enskilt intervjuat 45 internationella Little Monsters för att bland annat förstå hur de ser på sin identitet, relation till Lady Gaga samt hur sociala medier har påverkat deras relation. De intervjuade fansen betonar en skillnad mellan nivåer av att vara ett fan av hennes musik och att faktiskt identifiera sig som ett Little Monster. De ansåg det fanns betydligt mer engagemang som Little Monster i alla aspekter av Lady Gagas budskap och hennes persona. Dessutom är det en emotionell investering då de ser henne som en förebild, snarare än att endast lyssna på hennes musik. De intervjuade fansen upplever också en ömsesidighet i kommunikation och uppskattning från henne, då Lady Gaga ibland svarar och delar fans inlägg på sociala medier. Studien drar slutsatsen att sociala medier har omformat fanrelationen från att vara rent imaginär till att upplevas som verklig och ömsesidig.

Denna känsla av ömsesidighet kan kopplas till hur artistens närvaro online skapar en intimitet som kan mobilisera fansen. Bennett (2014) förklarar i sin artikel om relationen mellan Lady Gaga och hennes fans. Vidare skriver hon att Lady Gaga förespråkar budskap om självacceptans, jämlikhet för alla och att våga vara sig själv. Relationen beskrivs som ett unikt och engagerat partnerskap som inte enbart vuxit fram genom musiken utan även via sociala medier. Fansen upplever Lady Gaga som autentisk genom hennes privata inlägg hon publicerar online och att det är hon själv som hanterar sina sociala medier. Bennett hittade deltagare till sin studie på Lady Gagas officiella hemsida, ladygaga.com och den inofficiella

fanhemsidan, gagadaily.com, för att sedan använda sig av enkäter online. Syftet med studien var att genom exemplet Lady Gaga undersöka hur kändisar använder sociala medier för att mobilisera sina fans till politiskt engagemang, samt att analysera fansens motivation bakom detta deltagande. Några fans beskrev sin relation med Lady Gaga som känslomässig och att de ser henne som en ”nära vän”. Det var även många fans som påpekade att Lady Gagas närvaro på sociala medier var som en tröst och hjälpte dem i svåra perioder i livet. Bennett drar slutsatsen att sociala medier har omformat kändisaktivism genom att skapa möjligheter till direkt och till synes intim kommunikation, vilket effektivt mobiliserar fans till konkret politiskt och socialt engagemang.

Sammantaget visar tidigare forskning viktiga insikter om motivation bakom oavlönat arbete, risk för exploatering, relationen mellan Lady Gaga och hennes fans samt fan labour. Däremot saknas det forskning om denna specifika avgränsning när det gäller att förstå vad som motiverar fans att driva oavlönade Lady Gaga-fankonton på sociala medier. Det finns tidigare forskning om fan labour och exploatering, men fokus ligger oftast på marknadsföring snarare än det arbetsvetenskapliga perspektivet som denna studie har.

4. Teori

Följande begrepp, motivationsteorier och kritiska perspektiv förklaras för att sedan användas som ett teoretiskt ramverk för studiens analys och diskussion. Tillsammans skapar dessa teoretiska utgångspunkter en grund för att analysera och tolka det insamlade materialet.

4.1. Free labour

Begreppet Free labour, introducerat av Terranova (2000), syftar på det gratis arbete som utförs på internet, vilket både kan upplevas som frivilligt och njutbart, men samtidigt kan innebära exploatering. Hon förklarar att det handlar om användarnas vanliga digitala aktiviteter, som att bygga webbsidor, delta i chattar, skriva i diskussionsgrupper med mera som skapar ett ekonomiskt värde för företag. Vidare menar Terranova att gränsen suddas ut mellan att vara konsument och en producent, då människors sociala umgänge och intresse för kultur omvandlas till ett arbete som håller i gång den digitala ekonomin. Internet fungerar som en plats där kapitalismen använder och lever på människors frivilliga arbete, vilket gör att gratisarbete blir en naturlig och viktig del av dagens ekonomi. Sammantaget menar Terranova att det inte alltid handlar om exploatering, men att människor ofta blir exploaterade i sitt eget sökande efter gemenskap och självförverkligande online, eftersom kapitalet har lärt sig att fånga upp denna energi och omvandla den till vinst. Detta perspektiv är centralt för att förstå hur fansens intresse för Lady Gaga inte enbart kan ses som en hobby, utan som en del av en större digital ekonomi där deras tid och engagemang omvandlas till ett ekonomiskt värde.

4.2. Motivationsteorier

4.2.1. Teori X och Y

Teori X och Y presenteras av McGregor (1960/2006) och innebär att det finns två teorier om hur chefer eller ledare ser på sina anställdas motivation till arbete. Teori X utgår från att människor i grunden inte vill utföra arbete och behöver tvingas, kontrolleras eller hotas för att göra detta. Även att de har lite ambition och gärna vill undvika ansvar. Teorin menar även att människor undviker att arbeta i den mån som det är möjligt och behöver därför styras för att arbeta (McGregor, 1960/2006, s. 43). Chefer som har denna syn använder ofta ”piska och morot”-metoden, vilket innebär belöning och bestraffning (McGregor, 1960/2006, s. 54). McGregor anser att teori X grundläggande antaganden strider mot människans natur att utvecklas och växa. Teori Y har en mer modern människosyn och utgår från att människor vill arbeta eftersom det främjar eget ansvar, självstyrning och kreativitet. Dessutom att arbete skulle vara lika naturligt för människan som lek och vila. Enligt teori Y motiveras människor

av tillfredsställelse, strävan efter självförverkligande och engagemang för de mål som satts upp (McGregor, 1960/2006, s. 59–60).

4.2.2. Självbestämmandeteorin

Självbestämmandeteorin är en teori utvecklad av Ryan och Deci 1985. Teorin är vetenskapligt samt empiriskt baserad och handlar om mänskligt beteende och personlighetsutveckling. Den utgår från att människan är en naturligt aktiv och social varelse med en strävan efter att växa, lära sig och integrera sina erfarenheter (Ryan & Deci, 2017, s. 3–4). Teorin fokuserar på hur den sociala omgivningen antingen kan stödja eller hindra denna naturliga utveckling, genom tre grundläggande psykologiska behov. Det första behovet är *autonomi*, vilket innebär att ens handlingar upplevs som självvalda och stämmer överens med ens värderingar. Dessutom att man står bakom sina handlingar, inte känner något tvång och det finns en genuin vilja. Det andra behovet är *kompetens*, som handlar om att hantera de utmaningar som man möts av och känna effektivitet. Även att känna sig kapabel och att kunna utvecklas. Det tredje är *samhörighet*, som innebär att känna social tillhörighet, att bli omhändertagen och att kunna bidra till andra. Att få känna sig inkluderad och ha en gemenskap med andra (Ryan & Deci, 2017, s. 10–11). Enligt teorin mår och fungerar människan som bäst när alla dessa tre grundläggande behoven är uppfyllda. En viktig del av teorin är även att särskilja olika former av motivation snarare än att enbart fokusera på hur stark den är. Teorin beskriver motivation som en skala från autonom (självstyrd) till kontrollerad. Autonom motivation innebär att man handlar av egen vilja, medan kontrollerad motivation handlar om att känna sig pressad av krav. Forskning visar att autonom motivation ofta leder till bättre resultat, mer uthållighet och ökat välmående (Ryan & Deci, 2017, s. 14–15). Med hjälp av denna teori kan studien förklara hur fansens engagemang fungerar och varför de upplever arbetet som meningsfullt utan att de får betalt.

4.2.3. Inre och yttre motivation

Begreppet motivation beskriver Ryan och Deci (2000) som att bli ”rörd till att göra något”. Författarna skriver att en person ses som motiverad när den känner drivkraft eller inspiration att agera och om detta saknas betraktas personen som omotiverad. Vidare beskrivs det att det finns olika typer av motivation (orientering) och olika nivåer av den, alltså förklaras motivation inte som ett enhetligt fenomen. Orientering handlar om de bakomliggande skälen varför en person handlar och vilka mål som styr beteendet.

Utifrån självbestämmandeteorin framkommer två viktiga begrepp, inre och yttre motivation. Den inre motivationen handlar om att man utför en aktivitet för dess egen skull och den tillfredsställelse den ger. Man gör något eftersom det är roligt, intressant eller utmanande i sig, snarare än för yttre belöningar eller krav. Även att handlingen och aktiviteten i sig upplevs som belönande samt meningsfull. Det ses som en naturlig mänsklig tendens att vilja lära sig, utforska och utvecklas. Yttre motivation innebär att en aktivitet utförs för att uppnå ett särskilt mål eller ett separat resultat som ligger utanför själva handlingen. Det betyder att drivkraften för att utföra något görs för att få exempelvis en belöning, betyg, pengar eller undvika negativa konsekvenser. Författarna menar att yttre motivation kan upplevas på olika sätt beroende på graden av självbestämmande. Den kan vara kontrollerad när man styrs av krav eller känslor av skuld, eller mer självstyrd när man själv förstår och accepterar värdet i uppgiften. Alltså påpekar Ryan och Deci att yttre motivation inte behöver vara något negativt eller tvingande, utan kan vara något man själv accepterar och ser värdet i. När denna inre motivation identifieras skapas en grund för att i nästa avsnitt undersöka huruvida det meningsfulla engagemanget samtidigt riskerar att innebära en form av dold exploatering.

4.3. Kritiska perspektiv på exploatering av obetalt digitalt arbete

Christian Fuchs använder ett kritiskt marxistiskt perspektiv när han påpekar att människor utför obetalt digitalt arbete genom att använda sociala plattformar, som exempelvis Facebook och Youtube (Fuchs, 2013, s. 211–213). På detta sätt skapas bland annat ett mervärde som företaget sedan säljer vidare till annonsörer. Mervärde är ett centralt begrepp inom marxistisk teori och handlar om hur kapitalistisk vinst uppstår. Det kan förklaras genom att en arbetare producerar ett större värde än för den lön som arbetaren får. Skillnaden mellan det skapade värdet och lönen blir alltså mervärdet, vilket är enligt teorin grunden för exploatering inom ett kapitalistiskt system. Fuchs använder även begreppet merarbete när han syftar på all den tid som användarna lägger på sociala medier, än för att använda tiden för sin egen överlevnad. Detta resulterar i vinstskapande för kapitalägarna och företagen (2013, s. 216–220). Fuchs använder begreppet ”prosumer”, på svenska prosument, som ursprungligen myntades av Alvin Toffler (1980, refererad i Fuchs, 2013). Han beskriver det som en individ som både är producent och konsument (Fuchs, 2013, s. 217). Fuchs förklarar att internetanvändare intar en dubbel roll som både producenter och konsumenter, då de samtidigt skapar och konsumerar innehåll på de plattformar som de använder. Det blir därför en otydlig gräns mellan konsument och producent, vilket Fuchs menar leder till exploatering av användarnas tid och sociala interaktioner. Användare gör mycket aktiviteter online som kan betraktas som ett

obetalt och värdeskapande arbete. Det kan exempelvis vara att skriva inlägg eller att publicera bilder. Eftersom de gör detta utan ekonomisk ersättning, men samtidigt genererar vinst åt företagen, ses detta som exploatering enligt Fuchs (2013, s. 217–219). Fuchs problematiserar begreppet innehåll och menar att det behandlas som en handelsvara med syfte att generera vinst. Alltså att företag inom den digitala industrin betraktar användares bidrag på sociala medier som en produkt (Fuchs 2024, s. 165–166). Ur ett kritiskt perspektiv används ordet på ett sätt som osynliggör den känslomässiga investering, kreativitet och de färdigheter som fansen bidrar med. Vidare skriver Fuchs (2013, s. 214) om fangrupper på Facebook och nämner bland annat att Lady Gaga är en av de mest populära på plattformen. Han diskuterar att även om användarna ofta är kreativa och aktiva i dessa fangrupper, är den aktiviteten fortfarande en källa till exploatering i en kommersiell kontext (Fuchs, 2013, s. 217–218).

Andrew Ross (2013, s. 13–14) beskriver exploatering som ett system där företag tjänar på att människor arbetar gratis, särskilt på internet. Ett exempel är Huffington Post, där obetalda bloggare skapade innehåll som senare gav stora vinster till ägarna. Han menar att företag utnyttjar att människor gör saker de tycker är roliga eller meningsfulla, vilket leder till att de accepterar sämre villkor i hopp om erkännande eller framtida jobb. Ross menar att tekniken gör detta möjligt, men inte är huvudorsaken. Han utgår från marxistiska teorier och menar att det inte är tekniken i sig som orsakar exploatering, utan hur den används inom ekonomiska system som styrs av kapital och ägande (2013, s. 16). Enligt Ross är gratisarbete på nätet en fortsättning på hur kapitalismen alltid har fungerat, där ägare tjänar på andras arbete. Precis som fabriksägare förr tjänar nu plattformsägare pengar på innehåll som andra skapar utan att betala för det (2013, s. 14). I detta perspektiv ses användare på sociala medier inte som kunder, utan som själva produkten, eftersom deras aktivitet och data används för att skapa stora vinster. Ross menar att exploatering är extra effektiv i den digitala ekonomin eftersom gränsen mellan arbete och fritid suddas ut. Det gör att företag kan tjäna pengar på människors vilja att vara kreativa och umgås med andra (2013, s. 18, 23).

Med hjälp av dessa kritiska perspektiv blir det möjligt att identifiera eventuella risker eller negativa konsekvenser för deltagarnas engagemang. Denna studie kommer främst att utgå från begreppet free labour samt självbestämmandeteorin med dess inre och yttre motivation. Studien kommer att ha sitt huvudsakliga fokus på självbestämmandeteorin, som utgör grunden för det teoretiska ramverket och som framträder i analysdelen. Samtidigt kommer resultatet och analysen att belysas utifrån ett kritiskt perspektiv inspirerat av Christian Fuchs, vilket vidare framträder i slutsats och diskuteras i diskussionsavsnittet. Teori Y är intressant i

detta sammanhang eftersom de intervjuade i studien utför arbetet helt frivilligt, vilket kan ge utlopp för kreativitet samt främja eget ansvar. Däremot innefattar studien inte någon chef-anställd-relation och därför väljs denna teori bort, trots att den i viss mån har relevans för ämnet. Sammanfattningsvis fungerar dessa teoretiska perspektiv som det analytiska ramverket och skapar förutsättningar för att tolka studiens syfte och frågeställningar. Nästa avsnitt redogör för de kvalitativa metodval, urval och tillvägagångssätt som ligger till grund för undersökningen av individers upplevelser av oavlönat digitalt arbete.

5. Metod och material

5.1. Urval och avgränsningar

Studien är avgränsad till fankonton tillägnade artisten Lady Gaga. Deltagarnas konton är på sociala medieplattformarna Tiktok, X (före detta Twitter) och Instagram. Antal följare har inte haft någon betydelse, det som har fokuserats på är att dessa konton frekvent uppdaterar och utför ett dagligt eller veckovist arbete helt oavlönat. Innehållet på dessa fankonton kan vara i form av nyheter om Lady Gaga, videor, fanart, skivsamling och liknande. Urvalet har därför baserats på aktivitet och engagemang snarare än popularitet eller följarantal.

5.2. Tillvägagångssätt

Nedan följer en beskrivning av hur studiens process har genomförts, från rekrytering av deltagare och analys av intervjuerna till en motivering av vald metod. Genomgången ger därmed en tydligare förståelse för hur studiens empiriska material har samlats in och bearbetats.

5.2.1. Hitta deltagare och val av metod

Eftersom syftet var att undersöka enskilda individers upplevelser och motivation krävdes ett subjektivt perspektiv, därför ansågs en kvalitativ metod i form av intervjuer vara mest lämplig för denna studie. En intervjuguide (se Bilaga 1), med cirka 20 frågor utformades för att undersöka deltagarnas motivation till sitt arbete, varför de blivit fans samt andra relevanta aspekter för att få en bättre förståelse av ämnet. Intervjun var semistrukturerad, vilket innebar att det fanns en intervjuguide med förbestämda frågor, men att det även fanns utrymme att ställa spontana följdfrågor (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2022, s. 60). För att rekrytera deltagare till studien gjordes först en avgränsning av vilka sociala medieplattformar fankontona skulle vara aktiva på. De valda plattformarna var som nämnt Tiktok, X och Instagram. Sökord som användes var exempelvis ”Lady Gaga + fanpage, news, fan, monster, little monster” och flera andra kombinationer. Sökresultaten var hundratals, vilket gjorde att det fanns flera konton att välja bland. Det var viktigt att det var aktiva konton med frekventa dagliga uppdateringar som endast, eller till största delen, handlade om Lady Gaga. Privatmeddelanden skickades till över 50 konton på de olika plattformarna, men responsen var låg. Dokumentation fördes i ett separat dokument över varje utskickat meddelande, inklusive mottagare, vilken plattform samt huruvida personen hade svarat eller inte. Detta gjordes för att skapa struktur och säkerställa en tydlig översikt över potentiella deltagare. Det var flera personer som avbröt sin medverkan eller slutade att svara. När fem personer tackat ja

till deltagande avslutades rekryteringsprocessen. Alternativen för intervjuerna var videosamtal eller text via mejl. Dessa typer av intervjuer har vuxit fram genom digitaliseringens utveckling (Eriksson-Zetterquist & Ahrne, 2022, s. 72–73). Eftersom studien bygger på fem intervjuer kan resultaten inte möjliggöra en statistisk generalisering, utan syftar i stället till att undersöka deltagarnas subjektiva uppfattningar om sin motivation ur ett arbetsvetenskapligt perspektiv. Studiens bidrag bör därför främst förstås som analytiskt generaliserbart. Resultaten kan därmed ge teoretiska insikter som är överförbara till andra situationer där människor utför obetalt arbete, särskilt i digitala miljöer. Detta diskuteras vidare i diskussionsavsnittet. Urvalet av deltagare begränsades av den låga svarsfrekvensen. Eftersom studien dessutom hade en begränsad tidsperiod på cirka tio veckor genomfördes varje intervju så snart respektive deltagare hade lämnat sitt samtycke. Det är möjligt att resultatet påverkats av en viss självselektion, där personer med fortsatt stark motivation och positiva erfarenheter varit mer benägna att delta. Detta innebär att perspektiv från individer som upplever engagemanget som pressande eller exploaterande riskerar att vara underrepresenterade. Tolkningsvis skulle de deltagarna som ställt upp i studien kunnat vara mer engagerade än de som valt att inte delta, däremot finns det flera andra eventuella anledningar varför dessa konton inte deltagit i studien. Detta kan bland annat bero på att utskickade meddelanden försvunnit i mängden hos konton med stora följarantal. En annan möjlig förklaring är att vissa mottagare, särskilt personer med begränsade kunskaper i engelska, kan ha upplevt deltagande i studien som obekvämt och därför valt att inte svara. Det är även möjligt att vissa meddelanden sorterats bort genom skräppostfilter och därmed aldrig uppmärksammats av mottagaren. Urvalet bestod av konton med regelbundna och frekventa uppdateringar, där följarantalet varierade från några hundra till flera miljoner. Även om bortfallet varit relativt stort har de fem genomförda intervjuerna möjliggjort en djupgående analys som sannolikt inte hade varit möjlig inom ramen för en bredare enkätstudie. Genom att fokusera på ett mindre antal deltagare har det varit möjligt att identifiera mer komplexa erfarenheter, såsom det självvalda tvånget i deltagarnas engagemang. Sammanfattningsvis behöver det inte betyda att studiens deltagare är mer engagerade än de som inte svarade eller avbröt sitt deltagande.

5.2.2. Intervjuerna

Videosamtalsintervjuer föredrogs eftersom de upplevdes som mer personliga, men intervju via e-post erbjöds även till personer som inte kände sig bekväma med videosamtal eller att tala engelska. Eftersom deltagarna bodde utspritt globalt var fysiska intervjuer inte möjliga, utan digitala var det enda alternativet. Det genomfördes fyra semistrukturerade intervjuer via

Microsoft Teams. De pågick ungefär i 30 minuter och tre av dem var på engelska. För att underlätta för analysen efteråt ljudinspelades intervjuerna, med godkännande av deltagarna. En intervju genomfördes via e-post genom att intervjufrågorna skickades till respondenten, som därefter besvarade frågorna i ett återkopplande mejl.

5.2.3. Tematiska analysen av intervjuerna

För att analysera och bearbeta materialet från intervjuerna genomfördes en tematisk analys i flera steg (Nowell et al., 2017). Först transkriberades materialet i form av ljudfiler med hjälp av AI-verktyget NotebookLM. Därefter korrekturlästes alla intervjuer samtidigt som ljudfilerna lyssnades igenom för att säkerställa att allt som deltagarna sagt hade inkluderats. När alla intervjuerna var transkriberade lästes materialet igenom och det gjordes en öppen kodning. Här gjordes valet att studien skulle ha en abduktiv ansats, vilket är en blandning av induktiv och deduktiv ansats. En abduktiv ansats innebär att forskaren växlar mellan teori och empiri för att tolka materialet. Tidigare forskning och teorier används som stöd samtidigt som analysen är öppen för nya insikter som framkommer i materialet (Vila-Henninger et al., 2024). Analysen inleddes med en öppen kodning där empirin stod i fokus, samtidigt som teori och tidigare forskning fungerade som stöd. Tematiseringen var teoretiskt grundad, men utvecklades i ett samspel mellan det insamlade materialet och det teoretiska ramverket, där nya teman även framträdde ur empirin under analysens gång. Efter den öppna kodningen lästes materialet mer noggrant och det sorterades in i olika teman, där vissa hade identifierats induktivt utifrån empirin medan andra hade utgått från det teoretiska ramverket. Ett exempel på ett tema som grundades från teorin var *gemenskap*, vilket var inspirerat av begreppet samhörighet inom självbestämmandeteorin. Eftersom deltagarna var en del av en fandom fanns det tidigt en förväntan om att upplevelser av gemenskap och tillhörighet skulle framträda i materialet. Ett annat tema som däremot växte fram senare i analysprocessen var *emotionell aspekt*. Detta tema utvecklades genom att flera deltagare delade personliga och känslomässigt laddade berättelser i sina svar. Genom att analysera likheter och återkommande mönster i deltagarnas utsagor kunde centrala teman identifieras. Därefter analyserades materialet i syfte att identifiera mönster samt relatera dessa till relevanta teorier och begrepp för att fördjupa tolkningen. Vissa teman reviderades eller tillkom under analysens gång, vilket resulterade i de slutgiltiga teman som presenteras i nästa avsnitt. För att underlätta analysen färgkodades deltagarnas svar och citat utifrån tillhörande tema.

5.3. Etiska reflektioner

5.3.1. Bias

Min egen position inom detta ämne bör beaktas, då jag själv är ett hängivet Little Monster och driver ett fankonto. Däremot uppdaterar jag inte lika frekvent som studiens urvalskriterier krävde och jag utför varken samma omfattning av arbete eller tidsinsats som studiens deltagare gör. Min position har gett mig en förförståelse av ämnet, exempelvis kunskap om relevanta sökord och begrepp för att hitta fankonton samt kännedom om fandomen i sig. Ingen av deltagarna var personliga vänner eller bekanta till mig. Några av de konton som kontaktades var större fankonton som jag sedan tidigare följde av personligt intresse. Dessa konton återkopplade dock inte på mitt meddelande, vilket sannolikt kan förklaras av deras stora följarantal och höga aktivitetsnivå. Min egen position som engagerat fan kan även ha påverkat deltagarnas vilja att medverka i studien, då vissa kan ha upplevt mig som insatt i deras situation, vilket i sin tur kan ha ökat benägenheten att delta. Det kan dessutom ha bidragit till ett större förtroende under intervjuerna och även möjliggjort mer öppna och detaljerade samtal, i jämförelse med en mer utomstående intervjuare.

Utmaningen med min position har varit att balansera den personliga lojaliteten till artisten med studiens kritiska teoretiska perspektiv. För att säkerställa att förförståelsen inte styr tolkningen har analysprocessen präglats av ett aktivt ifrågasättande. Genom medvetenhet kring hur personliga intressen kan påverka materialet har analysen konsekvent utgått från deltagarnas berättelser och erfarenheter snarare än mina egna uppfattningar om fandomen. Studien utgår från ett arbetsvetenskapligt perspektiv och använder endast Lady Gaga-fankonton som ett empiriskt fall. Studien har även kompletterats med både kritiska och positiva perspektiv från tidigare forskning och teori, exempelvis kring exploatering, free labour och fan labour.

5.3.2. Samtycke från deltagarna

Inför alla intervjuer har en samtyckesblankett skickats ut till alla deltagarna via mejl. På den stod det bland annat information om vad studien handlar om, att deltagandet är frivilligt, hur eventuella ljudinspelningar och andra uppgifter kommer att hanteras. För att stärka studiens etiska kvalitet informerades deltagarna om att deras medverkan var frivillig och att de när som helst kunde avbryta sitt deltagande utan att ange skäl. När alla blanketter var signerade eller skriftligt godkända påbörjades bearbetningen av materialet. Deltagarna har även blivit erbjudna att få studien skickade till sig efter examinationen. Innan videointervjuerna började tillfrågades deltagarna muntligt om samtycke till ljudinspelning av samtalet. De fick även

frågan om de ville vara anonyma eller benämnas vid sitt kontonamn, och samtliga ville bli benämnda efter deras kontonamn. Inledningsvis övervägdes det att använda deltagarnas kontonamn i studien, men efter vidare etisk reflektion valdes det att anonymisera samtliga deltagare. Även om materialet inte innehöll särskilt känslig information, kan vissa uppgifter ändå uppfattas som personliga. Därför bedömdes anonymisering som ett mer etiskt lämpligt val, särskilt då identifiering inte var nödvändig för studiens syfte. Då empirin och analysen fortfarande kunde genomföras och bidra till att besvara studiens frågeställningar, bedömdes detta inte påverka studiens genomförbarhet.

5.4. Deltagare

Alla fem intervjupersoner kommer benämnas som Intervjuperson 1, 2, 3, 4 och 5 för att respondenterna ska vara anonyma. All information nedanför om deltagarna kommer från empirin av intervjuerna och deras offentliga fankonton på respektive plattform.

5.4.1. Intervjuperson 1

Denna respondent är 25 år och bor i Italien. Han går sista året på ett mastersprogram i geovetenskap och har studier som sin huvudsakliga sysselsättning. För tio år sedan blev han ett hängivet Little Monster, men har egentligen varit ett fan av hennes musik redan sedan hennes debut 2008. Han driver ett konto på TikTok som har över 100 000 följare. Det stora följarantalet har gjort att han blivit igenkänd av andra fans på konserter och andra tillfällen. Kontot hanterar han själv utan någon hjälp och per dag spenderar han ungefär 20 minuter till en timme på att uppdatera kontot. Han startade kontot 2020, men under september 2023 började han posta innehåll dagligen och mer frekvent. Innehållet på kontot är främst aktuella nyheter från Lady Gagas turnér, musik och filmer. Under perioder när det inte finns lika mycket aktuella projekt publicerar han äldre videoklipp, som exempelvis gamla turnéer, händelser på galor eller tidigare framträdanden. Ibland publicerar han även personligt innehåll där han själv syns.

5.4.2. Intervjuperson 2

Intervjuperson 2 bor i Sverige, är 31 år och arbetar heltid med att förebygga bedrägerier. Sedan hon var 13 år gammal har hon varit ett fan av Lady Gaga. Hon har tre olika fankonton på plattformarna Instagram, X och TikTok som hon har haft i fem år. Tillsammans har hon sammanlagt cirka 17 000 följare på de olika konton som hon driver. Det konto hon prioriterar mest är hennes TikTokkonto som har flest följare, över 10 000. På det kontot försöker hon uppdatera varje timme och hon spenderar mellan fem till tio timmar om dagen för att planera,

filma och redigera materialet. Hon sköter kontot själv och innehållet är allt från konsertvideor, vardagslivet som ett Little Monster, sminkvideor med produkter från Lady Gagas sminkmärke Haus Labs och mycket mer.

5.4.3. Intervjuperson 3

Denna intervjuperson är en 16-årig tjej från Nederländerna som går i gymnasiet. Sedan hon var 9–10 år har hon varit ett Little Monster. Ungefär en till två timmar om dagen spenderar hon med att skapa och publicera innehåll till sitt TikTokkonto. Hon driver kontot själv, har haft det ett år och har för nuvarande över 1200 följare. På kontot lägger hon upp videor på Lady Gaga som hon har redigerat till hennes musik, detta är något som kallas för fanedits.

5.4.4. Intervjuperson 4

Denna respondent är 25 år, bosatt i USA och arbetar som förskollärare. Hon blev ett Little Monster när hon var 11 år gammal. Hon driver ett TikTokkonto som kretsar kring Lady Gagas musik, konserter och ibland egna fanedits. Kontot startade hon i november 2025 och har nu cirka 1800 följare. Tiden hon spenderar på att uppdatera kontot varierar, men ungefär två timmar i veckan.

5.4.5. Intervjuperson 5

Denna intervjuperson är en universitetsstudent från England och är 20 år. Hon har drivit sitt konto på TikTok helt själv i två år och har över 21 000 följare. På kontot publicerar hon allt från uppdateringar om Lady Gagas pågående projekt, tillbakablickar från hennes karriär, roliga händelser med mera. Hon följer ett strikt schema för när hon ska publicera sitt innehåll. Sedan hon var tre år har varit ett Little Monster och påstår sig inte minnas ett liv före Lady Gaga.

6. Resultat och analys

Följande avsnitt presenterar empirin från intervjuerna och integrerar samtidigt analysen efter varje kategori utifrån självbestämmandeteorin. Varje tema identifierades genom den tematiska analysen och tilldelades underrubriker som inspirerats av den teoretiska ramen och studiens frågeställningar. Somliga av citaten är översatta från engelska till svenska med hjälp av ChatGPT och har därefter granskats och korrigerats av författaren för att säkerställa att de är korrekta.

6.1. Motivation och engagemang

Drivkrafter och motivationen bakom varför intervjupersonerna driver fankonton har kategoriserats in i olika mindre teman. Genom dessa teman blir det möjligt att få en djupare förståelse för vilka faktorer som motiverar deltagarnas fortsatta innehållsskapande.

6.1.1. Gemenskap

Alla fem intervjupersoner uttrycker att det finns en fin gemenskap bland fansen och berättar att de upplever en känsla av samhörighet. Detta bekräftas av bland annat Intervjuperson 1 som beskrev hela fandomen som en enda stor familj:

> Jag tycker att Little Monster-fandomen är en av de vackraste familjer jag har kunnat hitta, eftersom jag har vid många tillfällen verkligen känt kärleken mellan alla, till exempel på konserterna. Jag tycker att Little Monsters verkligen är som en familj (Intervjuperson 1, 7 april, 2026).

Intervjuperson 2 anser att gemenskapen med andra fans är en av de viktigaste drivkrafterna bakom kontot. För henne handlar det om att stötta varandra, upprätthålla en positiv atmosfär på hennes kanaler och skapa en trygg plats för utsatta individer. Hon berättar att hon känner sig manad att föra vidare Lady Gagas budskap till hennes följare, exempelvis att man duger som man är eller att alla sexuella läggningar är accepterade. Intervjuperson 5 instämmer att andra fans är den absolut viktigaste drivkraften för att underhålla sitt konto dagligen. Hon förklarar att interaktionen med andra fans i kommentarsfältet kan både förgylla hennes dagar och skapa nya vänskapsrelationer. Hon berättar att hon tycker det är roligt när följare eller andra fans tycker om hennes videor. Intervjuperson 3 förklarar hur hon älskar hela fandomen och tycker att allt är trevligt med att vara ett Little Monster. Intervjuperson 4 är överens och berättade: ”Jag tycker bara att gemenskapen är väldigt viktig. Det är en väldigt stöttande gemenskap. Även när man är på hennes konserter känns det som en plats där man bara kan vara sig själv. Ingen kommer att döma dig” (Intervjuperson 4, 14 april, 2026).

Här framträder deltagarnas upplevelser av andra fans inom fandomen samt vilken betydelse dessa relationer har för dem. Utifrån självbestämmandeteorins begrepp samhörighet går det att förstå varför gemenskapen inom fandomen spelar en central roll för motivationen. Intervjupersonerna beskriver fandomen som en trygg och positiv gemenskap där de har skapat nya sociala relationer. Detta kan kopplas till behovet av inkludering och social tillhörighet, vilket Ryan och Deci (2017) menar är ett grundläggande psykologiskt behov. En av deltagarna nämnde att fansen inte dömer varandra, något som visar en upplevelse av trygghet och social inkludering. Dessutom beskrev flera fandomen med ord som ”familj”, vilket ytterligare betonar den starka känslan av gemenskap bland fansen. Ur ett arbetsvetenskapligt perspektiv kan denna “familjekänsla” ses som mer än bara ett socialt stöd. Den fungerar också som ett sätt att få människor att stanna kvar och fortsätta vara aktiva på plattformen. Paradoxen är att gemenskapen gör att det blir svårt att sluta eller minska sitt engagemang, eftersom man riskerar att förlora sina sociala relationer. På så sätt fungerar den som ett socialt band som håller kvar fansen i ett oavlönat engagemang, där det eventuellt kan finnas en rädsla för att hamna utanför och därför bidrar till att de fortsätter vara aktiva på plattformarna.

6.1.2. Emotionell aspekt

Några av intervjupersonerna delade med sig av både personliga och känslosamma erfarenheter från sina liv. Det framkom även berättelser om barndomsminnen och att de har varit fans sedan en ung ålder. Intervjuperson 4 berättade om när hon lyssnade på *Born This Way* albumet av Lady Gaga för första gången:

> Det var den coolaste musiken jag någonsin hade hört som 11-åring. Allt jag ville var att prata om det med andra människor, men ingen annan brydde sig. På högstadiet brydde sig ingen om musik och sådant. Så jag brukade bara lyssna på henne och ha en helt egen värld där jag bara kunde leva mig in i hennes musik (Intervjuperson 4, 14 april, 2026).

Intervjuperson 1 berättade att han minns hur han som barn dansade framför tv:n till musikvideon för ”Poker Face” år 2008. Det som senare ledde till att han blev ett Little Monster vid 15 års ålder var en bortgång inom familjen. Han berättade att låten ”Joanne” spelades i bilen efter sista gången han träffade sin mormor:

> Den här låten är väldigt speciell för mig eftersom texten säger ”Where do you think you’re going? Honestly, I know where you’re going. And baby, you’re just moving on”. Det berörde mig väldigt mycket eftersom jag tycker att det var en fin slump.

> Själva anledningen till att jag blev ett Little Monster var eftersom hennes musik hjälpte mig under en svår period i mitt liv (Intervjuperson 1, 7 april, 2026).

Intervjuperson 2 delade med sig av att hon blivit utsatt av hemska saker i skolan och mobbning när hon var yngre. Hon berättade varför hon startade sitt fankonto:

> Jag startade det nog mest för att jag alltid har fått höra kommentarer om att jag inte duger som jag är eller att jag är dum i huvudet. Då kände jag att jag vill motbevisa att det är okej att se ut som man gör. Det är okej att inte vara smal, det spelar ingen roll så länge man är bekväm i sig själv (Intervjuperson 2, 10 april, 2026).

I deltagarnas svar framträder känsloladdade aspekter, vilket visar att det uppenbarligen finns starka emotionella band mellan Lady Gaga och intervjupersonerna. Flera av dem kopplar artisten till minnen från barndomen, vilket kan associeras med känslor av trygghet och tillhörighet. Flera av intervjupersonerna beskrev även hur Lady Gaga har fungerat som ett emotionellt stöd i samband med svåra livshändelser, såsom mobbning, ensamhet och dödsfall. Dessa erfarenheter verkar ha bidragit till att artisten har fått en djup personlig och emotionell betydelse för dem. Utifrån självbestämmandeteorin kan detta kopplas till behovet av samhörighet, då Lady Gaga tycks ha fått intervjupersonerna att känna sig mindre ensamma och mer accepterade. Detta synliggör hur känslomässig läkning kan omvandlas till en drivkraft för obetalt arbete. När deltagarna beskriver hur Lady Gaga har hjälpt dem genom svåra erfarenheter uppstår en form av tacksamhet som kan ta sig uttryck i ökat engagemang på plattformarna och detta utan ekonomisk ersättning. Detta visar en spänning mellan fansens behov av personligt stöd och hur deras tacksamhet samtidigt bidrar till att stärka Lady Gagas varumärke. Det emotionella bandet blir därmed en viktig grund för det oavlönade arbetet.

6.1.3. Interaktion med Lady Gaga

Intervjuperson 1 och Intervjuperson 2 har fått flera kommentarer och likes från Lady Gaga. Eftersom Lady Gaga själv har berättat i intervjuer och under konserter att hon hanterar sina sociala medier på egen hand, är det allmänt känt inom fandomen att det verkligen är hon bakom kommentarerna och interaktionerna. Intervjuperson 3 sa att hon hade känt sig ännu mer motiverad om hon hade blivit uppmärksammad och fått en kommentar från Lady Gaga.

> Jag har fått många likes och kommentarer från Lady Gaga på mina videor. Det är det största för mig, eftersom jag känner att det jag gör uppskattas av personen som jag har dedikerat hela mitt konto till. Det glädjer mig verkligen. En gång i november 2024

> kommenterade hon: ”I love you so much” under en video (Intervjuperson 1, 7 april, 2026).

Intervjuperson 2 berättade om ett minne från när hon tatuerade in Lady Gaga på kroppen:

> Det är mest emotionellt när man får en kommentar av henne eftersom man vet att det verkligen är hon. Då håller man på att tappa telefonen. Jag minns när jag gjorde min Harlequin-tatuering. Samma dag som jag satt hos tatueraren hade hon kommenterat under min video. Hon kommenterade ”Love you honey”. Att jag har fått kommentarer av Lady Gaga är det som gör mig motiverad, att hon ser mig och andra fans (Intervjuperson 2, 10 april, 2026).

Interaktionen med deras idol bidrar till en känsla av direkt kontakt. Med hjälp av samhörighetsbegreppet inom självbestämmandeteorin kan detta förstås som en betydande drivkraft som ytterligare motiverar deltagarna att fortsätta utföra arbetet. När Lady Gaga uppmärksammar dem genom kommentarer eller likes skapas en känsla av att bli sedd och bekräftad, vilket stärker deras emotionella band till henne. Detta blir särskilt tydligt i intervjupersonernas beskrivningar av hur betydelsefulla dessa interaktioner upplevs vara, samt att en av intervjupersonerna uttrycker att hon hade känt sig ännu mer motiverad om hon själv hade blivit uppmärksammad av Lady Gaga. Samtidigt kan interaktionerna även förstås utifrån yttre motivation från samma teori, eftersom kommentarer och likes kan fungera som en form av belöning eller bekräftelse på deras arbete. Uppmärksamheten från Lady Gaga blir då ett incitament som uppmuntrar deltagarna att fortsätta skapa och publicera innehåll. Det som främst verkar vara betydelsefullt är inte själva belöningen i sig, utan den känslomässiga bekräftelsen i att bli sedd av personen de ser upp till. Därför kan motivationen förstås som en kombination av samhörighet och yttre bekräftelse, där idolens respons både stärker den personliga relationen och motiverar fortsatt engagemang. Här synliggörs en tydlig obalans i det digitala utbytet mellan parterna. En like eller en kommentar från Lady Gaga kräver en mycket liten insats från artistens sida, men kan samtidigt skapa långvarig motivation hos fanet och andra fans som ser denna interaktion. Från ett arbetsvetenskapligt perspektiv kan detta förstås som en form av symbolisk belöning som ersätter ekonomisk ersättning. När andra fans ser att Lady Gaga har kommenterat eller gillat någon annans video kan detta alltså öka motivationen, eftersom det skapar en förväntan om att de själva också kan få liknande uppmärksamhet om de fortsätter skapa innehåll till sitt konto.

6.1.4. Passion och intresse

Deltagarna uppger att de inte får någon betalning från plattformarna. Däremot fick Intervjuperson 1 betalt under tre månader för ett par år sedan, men har inte fått det efter den perioden. Vidare berättade han varför han uppdaterar sitt konto dagligen:

> Jag bryr mig inte om att jag inte får betalt längre, eftersom motivationen bakom det jag gör är att sprida så mycket kärlek som möjligt till Lady Gaga. Hon är min idol. Nu när jag har så många följare vill jag också dela nyheter om Lady Gaga och om musikvärlden i allmänhet. Det är också viktigt för mig eftersom det är ett sätt för mig att hålla mig själv uppdaterad. Jag hittar nyheterna och delar dem med mina följare, och då får jag veta dem först. Så jag är glad, eftersom jag också är ett Little Monster, såklart (Intervjuperson 1, 7 april, 2026).

Intervjupersonerna var överens om att pengar inte är deras motivation för att utföra detta arbete, utan att det handlar om ett genuint intresse. De flesta upplever det inte som ett arbete, utan berättar att de ser det som en hobby. Intervjuperson 2 berättade att hon gör det för att det är roligt. Intervjuperson 3 förklarade att hon har lyckats kombinera två av sina största intressen, redigering och Lady Gaga, och att det är därför hon utför sitt dagliga arbete. Hon berättade även att hon inte tror att motivationen skulle öka ytterligare även om hon fick betalt för det, eftersom hon redan gör det hon älskar. Intervjuperson 4 berättade varför hon driver sitt konto: ”Det ger mig helt enkelt glädje. Mitt vanliga jobb är inte min dröm och jag tycker verkligen om att hålla på med sociala medier, skapa innehåll och redigera” (Intervjuperson 4, 14 april, 2026).

Detta går i linje med den inre motivationen från självbestämmandeteorin, eftersom handlingen i sig upplevs vara meningsfull och rolig för intervjupersonerna. Här blir belöningen exempelvis att de själva håller sig uppdaterade inom sitt största intresse, vilket i detta fall är Lady Gaga, musik och redigering. De får möjlighet att utforska och utvecklas genom att styra sin kanal och göra videor som delas till andra likasinnade fans. Denna passion som deltagarna upplever kan också kopplas till självbestämmandeteorins behov autonomi, eftersom de inte upplever något tvång att utföra arbetet, utan det helt stämmer överens med deras egna värderingar. Att deltagarna inte ser sin aktivitet som ett arbete är en viktig del av hur den digitala ekonomin fungerar. När något upplevs som passion i stället för arbete minskar behovet av att ifrågasätta tid, krav eller arbetsvillkor. Det gör att de själva kan arbeta mycket utan att uppleva det som problematiskt, eftersom det också känns roligt. Samtidigt innebär det att deras insats skapar ett värde som de själva inte får ta del av.

6.1.5. Kreativitet och uppnå mål

När det gäller möjligheten att uttrycka sin kreativitet framgår detta tydligt i Intervjuperson 3:s fankonto, som enbart innehåller redigeringsvideor. Där får hon använda sin kreativitet genom att skapa fanedits av Lady Gaga. Tidigare hade hon ett annat konto med annan typ av redigerat innehåll, men har i nuläget valt att enbart fokusera på sitt fankonto till Lady Gaga. För Intervjuperson 4 har hennes konto varit ett sätt att lära sig olika redigeringsprogram och hur man skapar videor. Hon nämnde också att hon ser mycket kreativitet i hela fandomen och blir inspirerad av deras talang. Intervjuperson 2 får utlopp för sin kreativitet genom att sminka sig och filma videor.

En annan drivkraft som framträdde bland de intervjuade var känslan av att uppnå mål. Intervjuperson 5 har som mål att få sitt konto att växa och bli så stort som möjligt. Därför planerar och följer hon ett disciplinerat schema över vilka idéer hon ska genomföra. Däremot berättade hon att hon inte lägger någon större vikt vid antalet likes eller kommentarer, men att hon känner tacksamhet över att hennes videor ofta får stor spridning, vilket i sin tur motiverar henne. Intervjuperson 1 berättade att han känner en personlig tillfredsställelse när hans arbete uppskattas och hans videor blir virala, men antal följare inte spelar någon roll. Det som motiverar honom ytterligare att utföra sitt arbete är när han får många visningar samt att han kontinuerligt håller kontot uppdaterat. Det betonade han var viktigt för att han ska kunna göra sitt bästa med kontot. Intervjuperson 2 berättade att hon uppnått ett mål i hennes liv med att ha fått över 10 000 följare på TikTok: ”Jag kämpar mest på Instagram just nu, för på TikTok känner jag att jag inte behöver sträva så mycket mer då jag redan nått ett mål i mitt liv” (Intervjuperson 2, 10 april, 2026).

Både kreativitet och att uppnå mål för intervjudeltagarna kan kopplas till begreppet kompetens inom självbestämmandeteorin. Kreativitet kan förstås i relation till behovet av kompetens eftersom deltagarna får möjlighet att skapa och utvecklas. Genom att aktivt skapa, exempelvis genom redigering, kan individen över tid se tydliga framsteg, vilket förstärker känslan av kompetens. Detta kan i sin tur bidra till ökad motivation och vilja att fortsätta utvecklas inom det kreativa området. Kompetens kan också användas för att analysera deltagarnas upplevelse av att uppnå mål. Inom självbestämmandeteorin handlar kompetens om att uppleva sig själv som effektiv och kapabel att nå önskade resultat. När deltagarna exempelvis får virala videor eller ökar sitt följarantal, kan detta stärka känslan av kompetens, då det skapas en tydlig koppling mellan deras arbete och de uppnådda resultaten. Deltagarnas strävan efter att bli bättre och nå virala mål visar att fankonton i allt högre grad liknar ett mer

professionellt arbete. De utvecklar färdigheter inom till exempel marknadsföring och videoredigering som har ett tydligt värde på arbetsmarknaden, men dessa används i ett sammanhang där de inte får någon ekonomisk ersättning. Plattformarna erbjuder verktyg som gör det möjligt att utvecklas och känna sig kompetent, men resultatet av arbetet tas i praktiken tillvara av plattformen. Detta kan ses som ett lärande som varken leder vidare till arbete eller betalning, utan där själva utvecklingsprocessen blir den viktigaste belöningen.

6.2. Kritiskt perspektiv – free labour och exploatering

Deltagarna spenderar olika mycket tid på att hantera sina konton, redigera videor och planera innehåll. Det varierar från en intervjuperson som lägger ungefär två timmar i veckan på sitt konto till andra som dagligen lägger ner flera timmars arbete. Intervjuperson 2 berättade att hon kan spendera fem till tio timmar per dag på redigering och uppdatering eftersom hon vill att videorna ska bli perfekta. Dessutom strävar hon efter att publicera en video varje timme och gör detta vid sidan av sitt heltidsarbete. Intervjuperson 5 behandlar sitt konto som ett arbete och följer ett strikt schema. Hon berättade att hon ser på sitt konto som en kombination av arbete och hobby, men att hon samtidigt är noga med att inte låta kontot ta för stor plats i hennes privatliv. Särskilt eftersom hon är student och periodvis har intensiva tentaperioder. Intervjuperson 1 ansåg att det var viktigt att kontot uppdaterades dagligen, samtidigt som han studerar på heltid vid universitetet. Intervjuperson 4 beskrev sitt konto som en slags obetald praktikplats. Intervjuperson 3 är gymnasiestudent och försöker publicera videor dagligen på sitt konto, men berättar att det ibland är svårt att hinna med skolan: ”Jag försöker verkligen göra mitt bästa för att publicera varje dag, vilket är svårt med skolan och allt annat, men jag försöker” (Intervjuperson 3, 14 april, 2026).

Här framträder en arbetsvetenskaplig paradox i deltagarnas engagemang. Även om deltagarna, med utgångspunkt i självbestämmandeteorin, beskriver sin aktivitet som autonom och driven av inre motivation, genererar deras självdisciplin en grad av regelbundenhet och struktur. I en traditionell arbetskontext skulle detta kunna liknas vid ett arbetssätt som kräver ett formellt anställningsavtal. Genom att organisera sitt arbete kring scheman och frekventa uppdateringar upprätthåller fansen i praktiken en form av outtalat kontrakt. Deras frivilliga engagemang blir därmed en av plattformarnas mest stabila och pålitliga former av arbetskraft. Styrningen sker främst genom interna normer och algoritmer, snarare än genom en traditionell chef. I praktiken innebär detta att fansen själva ansvarar för sin arbetsledning, vilket gör utnyttjandet av deras mervärde både effektivt och svårt att synliggöra.

Det är tydligt att samtliga utför ett omfattande arbete, vilket ligger i linje med De Kosniks (2013) argument om att digital aktivitet bör betraktas som arbete. Trots att de alla ser sitt konto som en ren hobby och inte jämför det med ett avlönat arbete, genererar deras tidsåtgång och kreativitet ett mervärde som plattformarna kapitaliserar på. Terranova (2000) menar att detta kan förstås som en form av exploatering, där frivilligt engagemang och kreativitet tas tillvara och omvandlas till ekonomisk vinst. All den tid som deltagarna lägger ned på arbetet är tid som tas från deras privatliv eller från tid som hade kunnat ägnas åt exempelvis studier eller avlönat arbete. Detta kan jämföras med Fuchs (2013), som menar att tid som spenderas på sociala medier i stället hade kunnat användas för individens överlevnad. Deltagarna ägnar därmed tid åt aktiviteter som inte nödvändigtvis genererar direkt ekonomisk eller materiell nytta. Fuchs använder även begreppet prosumenter, vilket är relevant för att förstå intervjudeltagarnas situation. Deltagarna är både konsumenter av de plattformar där de har sina konton och producenter av det innehåll som andra tar del av. Fuchs framhåller dessutom att även om användare ges möjlighet att uttrycka sin kreativitet i exempelvis fangrupper och liknande sammanhang, blir deras arbete samtidigt en källa till exploatering. Eftersom plattformar och företag tjänar pengar på användarnas innehåll utan att deltagarna får ekonomisk ersättning, kan detta tolkas som en form av kommersiell exploatering.

Intervjuperson 4 jämförde sitt konto med en obetald praktikplats, vilket visar en medvetenhet om att hon utför ett arbete som skulle kunna vara betalt. Hon och de andra deltagarna accepterar däremot “betalning” i form av bland annat kompetensutveckling eller gemenskap. Enligt Ross (2013) blir den digitala exploateringen särskilt effektiv eftersom den upplevs som meningsfull och frivillig. I det empiriska materialet blir detta tydligt då deltagarnas engagemang präglas av passion och kreativitet, vilket gör att gränsen mellan arbete och fritid blir otydligt. Även om deltagarna inte själva beskriver sig som exploaterade, kan de i linje med Ross förstås som en del av plattformarnas faktiska produkt, snarare än som plattformarnas användare.

7. Slutsatser

För att besvara studiens första frågeställning ”Vilka drivkrafter och motivationer ligger bakom att personer oavlönat driver Lady Gaga-fankonton på sociala medier?”, går det att konstatera att arvode eller lön inte är en drivkraft för deltagarna. Det som framträder i resultatet är tydligt, intervjupersonerna motiveras främst av samhörigheten med andra Little Monsters och Lady Gaga. Deltagarna lägger stor vikt vid att bli uppmärksammad av idolen, samt vid gemenskapen med människor som delar samma intresse. Att de flesta fortsätter att dagligen utföra arbetet trots att de inte får, eller har slutat få, betalt tyder på att ekonomisk ersättning inte skulle vara en drivkraft. En annan viktig drivkraft för dem är passion och möjligheten till kompetensutveckling inom bland annat kreativitet, då deltagarna får redigera och hantera egna konton som granskas av andra. De har möjligheten att styra sina egna kanaler, planera innehåll och utföra idéer utan tvång eller yttre krav. Enligt Ryan och Deci (2017) fungerar människan optimalt när de tre psykologiska behoven är uppfyllda, vilket resultatet i studien tyder på är uppfyllda hos deltagarna. Eftersom deltagarna har en genuin vilja att driva kontot och arbetet överensstämmer med deras värderingar kan behovet av autonomi anses vara uppfyllt. Genom att använda sin kompetens för att dagligen redigera, uppdatera och hantera ett konto med många följare kan deltagarna uppleva en känsla av effektivitet. Detta gäller även när de uppnår mål såsom att skapa virala videor. Kompetensbehovet kan därmed tolkas som uppfyllt. Det tredje behovet, samhörighet, uppfylls genom relationen till andra fans och det emotionella band som de flesta deltagarna har till Lady Gaga. Utifrån självbestämmandeteorin kan deltagarnas motivation beskrivas som autonom, då deras engagemang grundar sig i egen vilja. Sammantaget kan drivkrafterna bakom deras oavlönade digitala arbete förklaras av de olika teman som presenterades i analysen. Därmed är motivationen olika former av gemenskap, passion, kreativitet och att uppnå mål. Eftersom studien endast omfattar fem personer som driver Lady Gaga-fankonton går det dock inte att generalisera resultaten till alla som driver fankonton tillägnade Lady Gaga eller andra celebriteter. Däremot kan resultaten anses representativa för studiens deltagare.

Som svar på studiens andra frågeställning ”Vilka eventuella negativa konsekvenser eller risker kan uppstå för personer som obetalt driver fankonton på sociala medier?”, visar resultaten att deltagarna med största sannolikhet exploateras i ett kommersiellt syfte av plattformarna och de företagen bakom de tjänster som används. Passionen bakom deras arbete riskerar att exploateras när gränsen mellan arbete och fritid suddas ut, vilket ligger i linje med Fuchs (2013) beskrivning av användarnas dubbla roll. Resultatet visar att deltagarna agerar som

prosumenter, genom att de både producerar och konsumerar innehåll från samma plattform. Den mest framträdande aspekten av exploatering i resultatet är den omfattande tid som deltagarna ägnar åt sitt konto. Enligt Fuchs kritiska perspektiv betraktas detta som merarbete, då tiden i stället hade kunnat ägnats åt exempelvis studier, lönearbete eller individens materiella överlevnad. Denna tidsåtgång kan medföra negativa konsekvenser för individen om den skulle påverka deras privatliv. Exempelvis genom att ta tid från deras studier eller yrkesutövning. Även om detta kunde innebära en risk för deltagarna framkom det i resultaten att flera var måna om att se aktiviteten som en hobby och att inte låta den påverka privatlivet negativt. Dessutom kan deras arbete bidra till en normalisering av obetalt digitalt arbete och att det skulle kunna etableras som en accepterad norm, vilket i sin tur kan påverka hur digital arbetskraft värderas i framtiden. Situationen kan även tolkas som att deltagarna exploateras av artistens varumärke eller marknadsföringsteam, då interaktioner och bekräftelse används för att förstärka det emotionella bandet och därigenom uppmuntra fortsatt oavlönat arbete. Även om deltagandet är frivilligt, innebär det i ett kritiskt perspektiv att fansens engagemang och samhörighet genererar ekonomiskt värde för andra parter. Det bör dock tilläggas att resultatet inte ger stöd för att en sådan medveten exploatering från artistens sida skulle vara särskilt trolig. Tvärtom visar empirin att deltagarna upplever interaktionerna med Lady Gaga som genuint kärleksfulla och som en viktig källa till personlig bekräftelse och glädje.

Sammanfattningsvis kan deltagarnas inre motivation och behov av samhörighet bidra till en form av digital exploatering, där deras oavlönade engagemang skapar ekonomiskt värde för plattformarna snarare än direkt materiell nytta. Slutsatsen är att skillnaden mellan fritid och arbete i den digitala miljön i stort sett har försvunnit, eftersom gränsen är otydlig. Frivilligt engagemang och ekonomiskt värdeskapande sker samtidigt och är svårt att separera. Genom att uppfylla behov som samhörighet och bekräftelse får den digitala ekonomin människor att arbeta gratis, styrda av intresse och passion. Detta skapar en arbetsvetenskaplig problematik där individens egen utveckling och motivation driver plattformarnas vinster utan betalning.

8. Diskussion

Som nämnt i inledningen finns det olika typer av frivilligt obetalt arbete, vilket vanligast syns inom idrottsföreningar och välgörenhet. Denna studie har bidragit till att belysa det omfattande arbete som mängder av människor utför digitalt på sociala medier. Även om studien specifikt undersöker Lady Gaga-fankonton, är ämnet högst relevant inom arbetsvetenskap då det behandlar oavlönat arbete i en modern kontext. Jämfört med andra former av obetalt arbete, såsom volontärarbete och hushållsarbete, skulle sannolikt andra drivkrafter framträda. Även om resultaten inte kan generaliseras på grund av det begränsade underlaget, belyser studien ett fenomen som kan vidareutvecklas och tillämpas i andra kontexter. Trots att studien har avgränsats till Lady Gaga-fankonton kan resultaten ändå bidra till en förståelse för hur den digitala ekonomin i stort fungerar. Det kan sannolikt överföras till andra fandoms, men även andra situationer där användare frivilligt bidrar till att marknadsföra eller sprida ett varumärke. Vidare kan studiens resultat av den suddiga gränsen mellan fritid och arbete bidra till att förstå en arbetsmiljöproblematik. Att inre motivation kan leda till att individer själva ställer höga krav på prestation och tillgänglighet är något som kan förekomma i många olika sammanhang och gäller inte enbart arbete med fankonton. Eftersom området fortfarande är relativt outforskat i relation till annan arbetsvetenskaplig forskning bidrar denna uppsats till ökad förståelse för digitalt arbete på sociala medier, vilket växer i takt med digitaliseringen. Den bidrar också med kunskap om fan labour och visar att det är ett intressant, men fortfarande relativt okänt, område inom arbetsvetenskap. Detta är ett område som sannolikt kommer att undersökas mer omfattande i framtiden, särskilt i takt med att både kunskapen om ämnet och digitaliseringen fortsätter att utvecklas. Andra studier om motivationsteorier och drivkrafter bakom obetalt arbete existerar redan, men det saknas en motsvarande mängd forskning om digitalt arbete på sociala medier från ett arbetsvetenskapligt perspektiv.

Det som har framträtt är att en avgörande drivkraft för att utföra detta digitala arbete är tillfredsställelsen av grundläggande psykologiska behov, snarare än yttre materiella belöningar som pengar. Det som motiverar personerna i studien är enligt resultatet främst den starka samhörigheten med idolen och med andra personer i fandomen, möjligheten till kompetensutveckling genom kreativt skapande, samt upplevelsen av autonomi i att styra sina egna digitala kanaler. Tolkningsvis visar resultatet att deltagarna i studien blir exploaterade i ett kommersiellt syfte, trots att de inte upplever något direkt yttre tvång och ser sin aktivitet som en hobby snarare än ett arbete. Samtidigt går det att identifiera en form av självvalt tvång

eller disciplin som deltagarna har skapat. En tydlig motsägelse framträder i deltagarnas berättelser, då arbetet beskrivs som fritt, samtidigt som det präglas av ett starkt inre krav på ständig aktivitet och uppdateringar. Arbetsvetenskapligt kan detta förstås som att kraven på arbetet har blivit internaliserade och en del av individens sätt att styra sig själv. Eftersom det inte finns någon formell chef blir fansen i praktiken sina egna hårdaste arbetsledare, vilket innebär att gränsen mellan frivillig passion och oavlönat arbete suddas ut helt. Detta framträder särskilt i att en deltagare strävar efter att publicera innehåll varje timme, en som följer ett strikt schema och att en annan betonade den dagliga frekventa uppdateringen. Frågan uppstår om deltagarna verkligen är helt autonoma, om de upplever självvalt tvång. Eftersom deras arbete ligger i linje med deras egna värderingar och är helt utan det yttre tvånget, bör de därför betraktas som autonoma. Deltagarna använder sig av redigeringsprogram och skapar strategier för att nå ut till sin publik, detta visar på att de har ett strategiskt och professionellt arbetssätt. Det vill säga att de lägger ner mycket tid och engagemang på sitt innehållsskapande, vilket visar att arbetet bakom kontona är alltför omfattande för att enbart betraktas som en hobby. De kritiska perspektiven lyfter fram att användare på sociala medier blir exploaterade oavsett deras egen upplevelse, då deras passion och kreativitet omvandlas till ett ekonomiskt mervärde för plattformarna. Studiens resultat visade däremot inte att deltagarna själva upplevde att de blev negativt påverkade av sina konton, då de aktivt försöker värna om sina privatliv. Ur ett kritiskt perspektiv kvarstår dock att deras engagemang kräver omfattande tidsinvesteringar, tid som enligt Fuchs (2013) kan förstås som merarbete. Deltagarna fråntas därmed, medvetet eller omedvetet, tid som hade kunnat ägnas åt studier, avlönat arbete eller det som Fuchs benämner som generell ”överlevnad”. Det är viktigt att skilja mellan yttre tvång och vad som kan förstås som ett självvalt tvång. Deltagarna i studien betonar att de inte utsätts för någon extern press, men beskriver samtidigt hur de sätter upp strikta regler för sitt eget engagemang. Detta tyder på att gränsen mellan fritid och arbete har försvunnits. När deltagarna själva organiserar sitt arbete inom dessa ramar kan det tolkas som en form av exploatering. Deras engagemang och passion bidrar till att arbetet upplevs som frivilligt, trots att det samtidigt genererar ekonomiskt värde främst för plattformarna snarare än för deltagarna själva.

Utgår man från självbestämmandeteorin är deltagarnas behov uppfyllda, vilket kan bidra till att förstå varför de trivs med att driva sina konton och utföra arbetet kring dem. Detta öppnar upp för en diskussion, spelar den kommersiella exploateringen någon roll för individen så länge de tre behoven av autonomi, kompetens och samhörighet tillgodoses? Det kan tolkas

som att den digitala ekonomin är beroende av fansens meningsfulla och frivilliga arbete för att generera vinst, samtidigt som detta arbete är det som ger fansen en källa till glädje och social tillhörighet. Flera av deltagarna är som nämnt medvetna om vilken tid de lägger på sitt arbete, samtidigt som de nämner alla positiva fördelar med sina konton. Detta kan leda vidare till en kritisk diskussion om huruvida känslan av samhörighet inom en digital fandom kan ses som en form av "emotionell ersättning" i stället för ekonomisk kompensation. När Lady Gaga interagerar genom likes fungerar detta som en kraftfull drivkraft som i praktiken utökar fansens obetalda arbete. Spelar det verkligen någon roll att de blir kommersiellt exploaterade om de samtidigt upplever att de mår bra i sin situation, särskilt när genuin glädje och passion är en del av sammanhanget? Detta gör att frågan om exploatering inte har något enkelt svar, eftersom samma arbete både kan skapa välbefinnande för individen och ekonomiskt värde för plattformarna.

En aspekt som bör vidare diskuteras är min position som både forskare och ett Little Monster. Det är viktigt inom forskning att forskaren bibehåller objektivitet och personlig distans som kan påverka tolkningen av materialet. Samtidigt har förförståelsen fungerat som en resurs, då den möjliggjort förståelse för centrala begrepp inom fandomen samt underlättat kontakten med deltagarna. Närheten till fältet kan innebära en risk, då den kan påverka möjligheten att vara helt kritisk och därmed kan ge en mer positiv tolkning. Det teoretiska ramverket har använts aktivt för att behålla en kritisk distans i analysen. Genom teorier om obetalt digitalt arbete och värdeskapande har materialet tolkats som något mer än bara en hobby. Den abduktiva ansatsen har gjort det möjligt att växla mellan deltagarnas berättelser och en kritisk syn på hur värde skapas. Det har även lagts fokus på motsägelser, som att frivillighet samtidigt kan innebära inre krav på konstant aktivitet, vilket ifrågasätter bilden av full autonomi. Sammantaget visar detta att forskarens position både möjliggör en fördjupad förståelse av deltagarnas erfarenheter och samtidigt kräver en medveten reflektion över hur närheten till fältet påverkar tolkningen av materialet.

9. AI

AI-verktyg har använts som stöd i uppsatsarbetet för transkribering och översättning. NotebookLM användes för att transkribera ljudfilerna från intervjuerna. ChatGPT användes för översättning av intervjuguiden, utvalda intervjucitat från engelska till svenska samt det svenska abstractet till engelska. Samtliga transkriptioner och översättningar har granskats och kontrollerats av författaren.

10. Referenslista

Bennett, L. (2014). ‘If we stick together we can do anything’: Lady Gaga fandom, philanthropy and activism through social media. *Celebrity Studies, 5*(1–2), 138–152. https://doi.org/10.1080/19392397.2013.813778

Born This Way Foundation. (u.å.). *Our mission*. https://bornthisway.foundation/our-mission/

Britannica. (10 april 2026). *Lady Gaga.* https://www.britannica.com/biography/Lady-Gaga

Bruno, B., & Fiorillo, D. (2012). Why without pay? The intrinsic motivation between investment and consumption in unpaid labour supply. *The Journal of Socio-Economics, 41*(5), 659–669. https://doi.org/10.1016/j.socec.2012.05.020

Click, M. A., Lee, H., & Holladay, H. W. (2013). Making monsters: Lady Gaga, fan identification, and social media. *Popular Music and Society*, *36*(3), 360–379. https://doi.org/10.1080/03007766.2013.798546

D’Angelo, L. (2016). *Making fans go ”GAGA”: Intimacy, identity and brand building through Twitter*. [Masteruppsats, Ryerson University].

De Kosnik, A. (2013). Fandom as free labor. I T. Scholz (Red.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (s. 98–111). Routledge.

Derbaix, M., Korchia, M., & Padiou, M. (2023). Fans as prosumers: Labour of love. *International Journal of Arts Management 25*(2) 4-15. https://www.researchgate.net/publication/371700150_Fans_as_Prosumers_Labour_of_Love

Eriksson-Zetterquist, U. & Ahrne, G. (2022). Intervjuer. I G. Ahrne och P. Svensson (Red.), *Handbok i kvalitativa metoder* (3 uppl., s. 56–77). Liber.

Fuchs, C. (2013). Fandom as free labor. I T. Scholz (Red.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (s. 211-224). Routledge.

Fuchs, C. (2024). *Social media: a critical introduction* (4 uppl.). Sage Publications Ltd.

Hesmondhalgh, D. (2010). User-generated content, free labour and the cultural industries. *Ephemera: theory & politics in organization*, *10*(3/4), 267–284. https://www.researchgate.net/publication/229042108_User-generated_Content_Free_Labour_and_the_Cultural_Industries

International Labour Organization. (2021). *World Employment and Social Outlook: The role of digital labour platforms in transforming the world of work*. International Labour Office. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@dgreports/@dcomm/@publ/documents/publication/wcms_771749.pdf

Kalte, P., & Stamming, J. (2014). *Monsters, Dead Heads och Beliebers – En kvalitativ studie om fankulturens uttryck på den digitala plattformen* [Kandidatuppsats, Lunds universitet].

Linden, H., & Linden, S. (2017). *Fans and fan cultures: Tourism, consumerism and social media*. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/978-1-137-50129-5

McGregor, D. (2006). *The human side of enterprise*. (3 uppl.). McGraw-Hill. (Originalverk publicerades 1960).

Miller, A. (1 juni 2023). *How Far Would You Travel to See Your Favorite Artist? [2023 Survey]*. Upgraded Points. https://upgradedpoints.com/travel/how-far-would-you-travel-to-see-your-favorite-artist/

Nowell, L. S., Norris, J. M., White, D. E., & Moules, N. J. (2017). Thematic analysis: Striving to meet the trustworthiness criteria. *International Journal of Qualitative Methods*, *16*(1), 1–13. https://doi.org/10.1177/1609406917733847

Prouteau, L. & Wolff, F-C. (2008). On the relational motive for volunteer work. *Journal of Ecomomic Psychology, 29*(3), 314–335. https://doi.org/10.1016/j.joep.2007.08.001

Ross, A. (2013). Fandom as free labor. I T. Scholz (Red.), *Digital labor: The Internet as playground and factory* (s. 11–32). Routledge.

Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology, 25*(1), 54–67. https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020

Ryan, R.M. & Deci, E.L. (2017). *Self-determination theory: basic psychological needs in motivation, development, and wellness.* Guilford Press.

SiriusXM. (21 juli 2011). *Lady Gaga Loves Her Little Monsters* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=-12-sQ-FKd8

Terranova, T. (2000). Free Labor: Producing Culture for the Digital Economy. *Social Text, 18*(2), 33–58. https://doi.org/10.1215/01642472-18-2_63-33

Vila-Henninger, L., Dupuy, C., Van Ingelgom, V., Caprioli, M., Teuber, F., Pennetreau, D., Bussi, M., & Le Gall, C. (2024). Abductive coding: Theory building and qualitative (re)analysis. *Sociological Methods & Research*, *53*(2), 968–1001. https://doi.org/10.1177/00491241211067508

Watanabe, N. (18 mars 2025). *[Chaos] Lady Gaga arrives.* [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=yvWptal3UQI

11. Bilagor

Bilaga 1 – Intervjuguide (svenska)

Vill du vara anonym eller benämnas som ditt konto i intervjun?

Vad heter du och var kommer du ifrån?

Vad heter ditt konto?

På vilka sociala medier driver du ditt/dina konton?

Hur många följare har du (totalt med alla dina konton)?

Hur länge har du haft ditt konto?

Vad fick dig att starta kontot – hade du några mål eller liknande?

Hur såg ditt liv ut när du blev ett fan? Varför blev du ett little monster?

Hur gammal var du när du blev ett fan?

Driver du kontot själv eller får du hjälp av någon?

Får du någon typ av lön för kontot?

- I så fall – När började du få betalt för att driva kontot? Hur många år/hur lång period?

Märkte du någon skillnad på motivation när du började få betalt?

Hur mycket tid spenderar du på att driva kontot per dag, ungefär?

Vad är det för innehåll som du postar?

Vad tycker du är roligast med att driva kontot?

Vad motiverar dig att uppdatera dagligen?

Vilken betydelse har gemenskapen med andra fans för din motivation?

Hur påverkar respons från följare (likes, kommentarer, delningar) din vilja att fortsätta uppdatera kontot?

Ser du ditt konto som ett jobb eller hobby?

Har du något jobb, är student eller annan syssla?

Bilaga 2 - Intervjufrågor (engelska)

Would you prefer to remain anonymous, or would you like to be referred to by your account name in the interview?

What is your name and where are you from?

What is the name of your account?

On which social media platforms do you run this account?

How many followers do you have (in total across all your fanpages accounts)?

How long have you had this account?

What made you start the account – did you have any specific goals or intentions when you created it?

How did your life look when you became a fan? Why did you become a Little Monster?

How old were you when you became a fan?

Do you run the account by yourself, or do you receive help from anyone?

Do you receive any kind of payment for running the account?

-If yes: When did you start getting paid for running the account? For how long have you been receiving payment?

-Did you notice any difference in your motivation once you started getting paid?

Approximately how much time do you spend managing the account each day?

What is the content you're posting?

What do you enjoy the most about running the account?

What motivates you to update the account daily?

How important is the sense of community with other fans for your motivation?

How does feedback from followers (such as likes, comments, and shares) affect your willingness to continue updating the account?

Do you see your account more as a job or as a hobby?

Do you have another job/student – In that case, what?