

Livet på Instagram

Ungdoms digitale forlengelser av sosiale relasjoner og vennskap

HILDE VERE HILMARSEN & HANS CHRISTIAN ARNSETH

Institutt for pedagogikk, Universitetet i Oslo

I denne artikkelen ser vi nærmere på ungdommers bruk og forståelse av bildedeling på Internett. Vi analyserer data fra semistrukturerte intervjuer og beskriver hvordan tre jenter og tre gutter fra Norge håndterer problemstillinger knyttet til hvem de er og hvordan de fremstår når de deler bilder i sosiale medier. I artikkelen belyser vi også hvordan ungdom gjennom sin bildedelingspraksis framviser og utvikler en kompleks kommunikativ kompetanse, både i fremstillingen av eget uttrykk og i lesingen av andres bilder og kommentarer.

Denne artikkelen handler om hvordan ungdommer skaper seg selv, håndterer vennerelasjoner og kommuniserer med hverandre både visuelt og skriftlig på Instagram. Undersøkelsen Barn og medier 2016 fra Medietilsynet viser at blant landets 15–16-åringer bruker 90 prosent av jentene og 74 prosent av guttene sosiale bildetjenester en eller flere ganger om dagen (Medietilsynet 2016). Deling av bilder utgjør i dag et helt sentralt element i vennerelasjoner mellom unge mennesker. Det faktum at ungdom deler bilder av seg selv har gjort at livet de lever er langt mer synlig enn det var tidligere (Sarvas og Frohlich 2011). Et særlig interessant moment er at de fleste er bevisste på at bilder som tas skal bli sett av andre. Dette kommunikative elementet påvirker prosessen med å ta, bearbeide og dele bilder i sosiale medier (Weilenmann mfl. 2013). Betydningen av å motta tilbakemeldinger fra andre i de sosiale mediene øker betydelig i tenårene (Medietilsynet 2016). Dette stiller ungdom overfor en rekke nye utfordringer knyttet til hvordan de utøver og forhandler identitet i og med at bilder fra hendelser i livene deres deles med et bredt spekter av personer man søker respons og bekreftelse fra.

Vi analyserer hvordan et utvalg av vanlige ungdommer erfarer og opplever hvordan det er å bruke bildedelingstjenester som Instagram. Med vanlige ungdommer mener vi ikke at de nødvendigvis er representative, men snarere at de ikke står ut som spesielle. De har for eksempel ikke flere hundre tusen følgere på profilen sin, de administrerer ikke brukerprofiler der de utelukkende deler innhold relatert til en spesiell interesseorientering (som for eksempel sminke, mote eller interiør), eller driver

dedikerte fansider. De deler bilder relatert til hverdagslige hendelser og interesser. Vi vil undersøke hvordan ungdommene fremstiller seg selv, og hvordan de reflekterer omkring sine erfaringer med å legge ut bilder eller lese andres kommentarer. Vi søker å få fram ungdommenes meninger og erfaringer og hvordan de selv opplever og gir mening til det de gjør. Vi er særlig opptatt av hvordan ungdom konstruerer identiteter og hvordan de i og gjennom dette også fremviser og utvikler former for literacy. Det finnes ikke et norsk ord for literacy og av praktiske hensyn bruker vi derfor literacy og kompetanse litt om hverandre. Literacy betegner en semiotisk kompetanse eller evne til å skape og tolke tekst i vid forstand.

Formålet med studien er å generere kunnskap om hva som karakteriserer ungdommers billedelingspraksiser på Instagram og hva dette betyr for deres identitet og selvbilde. Selv om «... virtual identity *is* identity work performed and enacted online ...» (Benwell og Stokoe 2006:278), vil digital identitetsdanning ha betydning ut over den digitale arenaen (Gillen 2014). Vi viser hvordan sosiale relasjoner og vennskap online og offline henger sammen og gjensidig påvirker hverandre. Dette bidrar til å øke vår innsikt og kunnskap om hvordan unge mennesker forhandler og utøver identitet i informasjonssamfunnet. Følgende problemstilling gir retning til studien:

- Hva karakteriserer ungdommers billedlige fremstillinger og kommunikasjonspraksiser på en sosial billedelings-tjeneste, og hva betyr dette for deres identitetskonstruksjon?

Ungdom, identitet og sosiale medier

Forskning om ungdom og sosiale medier har fokusert på hvordan mediene representerer forskjellige arenaer for utøvelser av identitet og hvordan disse fungerer som verktøy i forhandlinger om hvem vi er og hvordan vi oppfattes (boyd 2014, Alvermann mfl. 2012, Lindqvist Bergander 2015, Buck 2012). Forskning har blant annet sett på sammenhenger mellom konstruksjon av profiler på sosiale medier og resepsjon av disse. Profiler er en viktig del av unge menneskers identitetskonstruksjon. Når de lager profiler orienterer de seg mot og tar hensyn til hvem de tenker ser innholdet (boyd 2007, 2010). Flere ungdommer har også flere profiler som retter seg mot ulike grupper av publikummere (Alvermann mfl. 2012, Aas-Hansen 2015, Johannesen 2016). Kontaktene unge har i de sosiale mediene er ofte personer de kjenner utenfor mediet (boyd 2007, Ellison mfl. 2007, Zhao mfl. 2008, Peter mfl. 2009, boyd 2014, Lindqvist Bergander 2015). Imidlertid omfatter disse gjerne en stor variasjon i vennskapstilknytninger; en nær venn, noen som bor i nabolaget eller en klassekamerat (Ellison mfl. 2007, Skog 2011). Størstedelen av innholdet som deles handler derfor primært om en posisjonering av seg selv i relasjon til venner og jevnaldrende (boyd 2007, 2008, 2014, Aas-Hansen 2015).

Flere forskere har vist hvordan delingen av bilder på sosiale medier motiveres ut i fra et ønske om å oppnå sosial anerkjennelse fra sitt publikum, samt å fremstå på en bestemt og ønskelig måte overfor disse. Dette innebærer blant annet at unge utelukker kvaliteter som de mener ikke støtter opp under deres ønskede versjon av seg selv (boyd 2007, Zhao mfl. 2008, Manago mfl. 2008, Strano og Wattai 2010, Storsul 2011). De tilpasser kommunikasjonen til hvem de snakker med og til, og de normer og forventninger de opplever regulerer kommunikasjonen i sosiale medier (boyd 2014, Berentsen 2014, Aas-Hansen 2015, Seerup 2015, Lindqvist Bergander 2015, Johannesen 2016). boyd og Heer (2006) understreker for eksempel at profiler på sosiale medier ikke må regnes som statiske representasjoner, men som en digital forlengelse av dem selv som muliggjør kontinuerlig kommunikasjon med de andre brukerne av mediet. Dette er arenaer hvor ungdom må «... write themselves into being» (boyd og Heer 2006:1). Den sosiale interaksjonen preges slik av at innholdet som deles er tilpasset og tiltenkt et bestemt publikum (boyd og Heer 2006).

Tilbakemeldinger i sosiale medier er viktige elementer i ungdoms identitetskonstruksjon da disse kan fungere som forsterkninger av de unges sosiale relasjoner (Lindqvist Bergander 2015). Motsatt kan mangelen på tilbakemeldinger resultere i en usikkerhet omkring hvordan de oppfattes av andre (boyd 2008, Hegg 2016). Likes er spesielt viktig og mange unge rapporterer at det er skuffende dersom de får få likes på innhold de deler (Skog 2012, UngOrg 2014).

Kommunikasjon og samhandling i sosiale medier illustrerer på samme tid også de unges kompetanse og evne til å forstå sosiale normer og nettbaserte sosiale samspill. Deltakelsen i de sosiale mediene krever derfor både refleksjon over egen rolle i relasjon til andre, og en forståelse av hvordan kulturelle og sosiale kontekster strukturerer kommunikasjon og meningsdannelse i og gjennom sosiale medier. Til forskjell fra den nevnte forskningen ser vi mer eksplisitt på sammenhengen mellom identitet og literacy i relasjon til bildedeling.

Identitet og literacy i et dialogisk perspektiv

For å analysere ungdoms bruk av Instagram tar vi utgangspunkt i et perspektiv på identitet som sosialt konstruert. Dette betyr at hvem vi er, hvordan vi fremstiller oss selv og hvordan vi forstår meningen med andres handlinger, skapes og konstitueres i bestemte kulturelle og kontekstuelle sammenhenger. Identitet skapes, utvikles og opprettholdes i sosiale relasjoner gjennom deltakelse i ulike typer av sosiale praksiser og virksomheter (Mead 1962, Goffman 1992). Således varierer hvem vi er i våre relasjoner til andre med den sosiale konteksten vi befinner oss innenfor. Vi er særlig inspirert av Goffman (1992) sin forståelse av hvordan spørsmål knyttet til identitet håndteres i sosial interaksjon. Ved

hjelp av begrepene roller, selvpresentasjon og inntrykkshåndtering (impression management) forsøkte han å forklare hvordan vi skaper oss selv i møtet med andre. Han så på utøving av identitet som en slags opptreden hvor vi iscenesetter oss selv ved å fremstille oss på bestemte måter.

Inntrykkshåndtering handler om de forsøkene vi gjør på å kontrollere de inntrykk andre får av oss som person. Gjennom klesstil, gester eller handlinger forsøker vi å skape bestemte uttrykk som gir andre i våre omgivelser bestemte inntrykk av oss som personer (Goffman 1992). Dette innebærer at vår identitetskonstruksjon alltid vil være en selektiv fremstilling da vi holder frem de karakteristikkene som vi oppfatter vil generere ønsket respons (Goffman 1992). Hvem vi orienterer oss mot har betydning for hvordan vi handler og videre hvordan vi oppfører oss, og gjennom deres responser får vi en indikasjon på hva som er sosialt akseptert og ikke (Goffman 1992). Inntrykkshåndtering er en prosess som forekommer i umiddelbar samhandling med andre og improvisasjon og vane spiller en sentral rolle (Buckingham 2008). Det er derfor ikke nødvendigvis slik at det er snakk om bevisste og strategiske handlinger. Videre er det heller ikke slik at vi alltid kan kontrollere hvordan andre tolker våre versjoner av oss selv. Goffman (1992) snakker om at vi også kan «give off» bestemte signaler som ikke nødvendigvis passer overens med det bildet vi ønsker å skape.

Vi ser identitet som nært forbundet med literacy. Vår forståelse og bruk av begrepet tar utgangspunkt i den sosiale vendingen med fremveksten av New Literacy Studies og vi bruker begrepet som en beskrivelse av «... sosiale praksiser der symbolske redskaper og medieringsformer er involvert ...» (Østerud og Skogseth 2008:26). Begrepet kan oversettes til lese- og skrivekyndighet. Imidlertid vil det å kunne lese og skrive gå ut over koding og avkoding av skrift (Lindqvist Bergander 2015, Lankshear og Knobel 2008). Å kunne lese handler om å forstå bruken av symboler i relasjon til kontekster slik som sosiale medier og ha en forståelse for hvordan ord kan ha ulik betydning avhengig av sammenhengen det brukes i (Buckingham 2006). Literacy handler således om evne til å delta i sosiale kontekster hvor det forekommer meningsfortolkning av tegn, og da som evner til å bruke tegn på relevante måter i relasjon til den foreliggende sosiale konteksten (Østerud og Skogseth 2008). Bruken av symboler og tegn, og vår tolkning av disse, blir slik en del av situerte sosiale praksiser i og med at vi tilskriver symboler mening som går utover dets leksikalske betydning (Lankshear og Knobel 2008).

Når vi deltar i praksiser hvor tekster eller bilder inngår og vi gir mening til disse, inntar vi samtidig også bestemte posisjoner i et sosialt felt; vi viser hvem vi er overfor andre. Vi inntar posisjoner som lærere, foreldre eller kjærester og våre handlinger rammes inn og får mening i tilknytning til slike posisjoner. Deltakelsen i sosiale medier fordrer også ulike former for literacy, eller en praktisk kyndighet i å skape og tolke tegn

som gjør oss i stand til å delta i den aktuelle sosiale praksisen (Buckingham 2006). Dette betyr at «... both what and how one reads and writes can have an impact on the type of person one is recognized as being and on how one sees oneself» (Moje og Luke 2009:416). De literacypraksisene vi deltar i både reflekterer og produserer på samme tid våre identiteter (Moje og Luke 2009, Gee 2000). Literacypraksiser er på denne måten dialogiske eller gjensidig forbundet med hverandre (Silseth og Arnseth 2011). I vår deltakelse orienterer vi oss samtidig mot «den andre» i den forstand at enhver handling, nærmere bestemt kommentar eller deling av et bilde, orienterer seg mot en leser og er ikke et produkt av individet som et isolert subjekt (Linell 2009:432). Sagt annerledes; «Literacy practice is a dialogic activity in which the reader or author is always in conversation with another, whether strategic or not, such conversation requires acts of identification and enactments of identity» (Moje og Luke 2009:434).

Aktivitetene på sosiale medier utgjør sosiale praksiser der man bruker seg selv i handlingen og kommuniserer mening gjennom bruk av symboler, både som produsent av uttrykk og som mottaker (Lankshear og Knobel 2006). Deltakelse krever både teknisk, sosial og kulturell kompetanse i å bruke og forstå medieuttrykk i en bestemt sosial sammenheng (Østerud og Skogseth 2008). Våre identiteter har betydning for vår deltakelse i sosiale medier, men vår deltakelse krever også ulike former for literacy. Som deltakere i literacypraksiser konstruerer vi samtidig bestemte roller og posisjoner. I neste del vil vi redegjøre for hvordan vi har gått fram metodisk for å belyse ungdommers identitetsdanning og literacy i og med sosiale medier som Instagram.

Data og metode

Det empiriske datamaterialet består av kvalitative forskningsintervjuer med seks ungdommer på fjorten år, henholdsvis tre gutter og tre jenter. Dette var et formålsorientert utvalg basert på tidligere gjennomførte mediedagbøker i to klasser på en skole på Østlandet. I disse dagbøkene skrev de om sin hverdag med digitale medier. Ungdommene ble valgt ut på bakgrunn av deres bruk av Instagram, samt forskjeller i deres fritidsaktiviteter- og sysler. Datainnsamlingen ble gjennomført senhøsten 2014. Intervjuene varte mellom 25–50 minutter og ble av praktiske årsaker gjennomført i skoletiden. Intervjuene var semistrukturerte og besto av fem temaer: *generelt om bruk, følger/følgere, bilder, #/kommentarer* og *profilens helhet*, med tilhørende eksempler og spørsmål. Spørsmålene var åpne med det formål å generere utfyllende svar i form av fortellinger og eksempler fra deres egen bruk gjennom å vise fram bilder og fortelle om praksiser. Imidlertid var det stor variasjon mellom fortellingene til ungdommene med hensyn til detaljer og presise eksempler. Generelt opplevde vi at ungdommene hadde problemer med å sette ord på hva som for eksempel gjorde at et bilde var «stygt» eller

«fint». Til tross for dette, opplevde vi gjennom mer detaljerte oppfølgingsspørsmål å få innblikk i hvilke kriterier ungdommene brukte for å vurdere bilder.

Vi brukte en tematisk analyse for å kartlegge mønstre i materialet og tok utgangspunkt i tema vi fant igjen på tvers av ungdommenes fortellinger (Braun og Clarke 2006). Temaene er kodet med utgangspunkt i hva ungdommene faktisk svarte og de kan derfor ikke eksplisitt knyttes til spørsmålene som ungdommene ble stilt i intervjuene (Braun og Clarke 2006). Analysen ble organisert i fem faser: 1) Bli kjent med data, 2) koding av data, 3) søke etter tema, 4) gjennomgang av tema og 5) definering av tema og produksjon av resultat (Braun og Clarke 2006). Kodene beskrev noe vesentlig om hva ungdommene sine utsagn handlet om, og de første temaene var i større grad en redegjørelse for hvordan vi oppfattet ungdommenes tanker og opplevelser med Instagram mer overordnet. Disse første temaene omhandlet: *a) Instagram sin betydning, b) interesse og identitet, c) tanken bak bildene, d) tilgang til bildene, e) tilbakemeldingenes betydning og f) andres påvirkning på profilen*. Deretter foregikk analyseprosessen i to trinn. Vi skrev først sammendrag om temaene så nær dataene som mulig ved å bruke samme språk som i intervjuene. Deretter fokuserte vi på hvordan temaene kunne fortolkes ut i fra et teoretisk rammeverk. Dette innebar at vi forsøkte å beskrive årsakene til eller bakgrunnen for ungdommenes mer deskriptive beskrivelser (Thagaard 2013). *Instagram sin betydning, interesse og identitet, tanken bak bildene* og hvem ungdommene gav *tilgang til bildene*, forklares og forstås i lys av begreper om identitetsdannelse, særlig hvordan personer gjennom sin praksis orienterer seg mot andre personer i et sosialt felt. Til slutt endte vi opp med fire temaer: *1) posisjonering gjennom interesser, hobby og livsstil, 2) andres respons påvirker identitet, 3) riktig bruk i henhold til kontekst, 4) relasjonell tolkning av symboler*. Temaene tar for seg ulike aspekt som er vesentlige for ungdommenes identitetskonstruksjoner og kommunikasjonspraksiser. Vi vil strukturere den empiriske delen av artikkelen etter disse fire temaene.

Studien gir innblikk i aspekter som var vesentlige for ungdommenes identitetskonstruksjon i form av deres billedlige fremstillinger og kommunikasjonspraksiser, og gir innsikt i hvordan de forhandlet identitet i og gjennom en digital samhandling med andre på en sosial bildedelingstjeneste. De utvalgte sitatene og kondenserte beskrivelsene som presenteres understreker argumentasjoner som gjøres og gir eksempler på hvordan ungdommene forhandler, iscenesetter og konstruerer identitet som en relasjonell praksis. Den kvalitative framgangsmåten og utformingen av intervjuene bidro til åpenhet og gjorde det mulig å få et innblikk i bruken deres med utgangspunkt i hvordan de beskriver sine erfaringer. Våre beskrivelser av mønstre og sammenhenger er generelle og overførbare i den forstand at det ungdommene sier de gjør på Instagram illustrerer mer generelle aspekter ved det å gjøre identitet og selvpresentasjon. Dette betyr ikke at

alle ungdommer «gjør» identitet på akkurat de måtene vi beskriver, men at disse strategiene utgjør et sett av praksiser man kan ta i bruk som kompetent deltaker i sosiale medier. Gjennom å belyse ungdommenes beskrivelser av deres opplevelser og erfaringer, viser vi derfor fram mulige måter å posisjonere seg på ved å velge bestemte bilder og visuelle virkemidler.

Hva karakteriserer ungdommene i utvalget?

De utvalgte ungdommene hadde alle vært brukere av Instagram i 2–3 år. Miriam administrerte to forskjellige brukerprofiler. Den ene profilen var kun tilgjengelig for nære venner, mens den andre var åpen for alle. Hun syntes det var gøy å være på Instagram og fortalte at hun brukte det mye. Miriam drev aktivt med cheerleading og på Instagram fulgte hun forskjellige inspirasjonsbrukere slik som Sophie Elise og Styleconnection. Tuva hadde én brukerprofil. Hun var aktiv innenfor flere idrettsgrener. Hun var både fotballspiller, gikk på cheerleading og spilte i korps. Hun hadde interesse for baking og konditor. Tuva fortalte at hun ikke var så glad i å ta bilder av seg selv. Imidlertid var hun svært glad i å se på bilder, og da spesielt bilder fra bakere for å hente inspirasjon. Kristine administrerte også to brukerprofiler. Begge profilene til Kristine var låst i den forstand at de kun var tilgjengelig for de personene hun selv gav tilgang. Kristine var en svært aktiv danser. Hun danset både jazz, freestyle og slow. Hun fortalte at hun brukte Instagram ofte og at hun jevnlig la ut bilder. Sigurd administrerte én profil. Han spilte fotball og var glad i å jogge på fritiden. Han var generelt interessert i idrett og interesserte seg for flere sportsgrener. Han fulgte blant annet aktivt med på fotball, langrenn og hopp. Sigurd fortalte at han ikke la ut bilder så ofte selv, men syntes det var spesielt gøy å se på kjente fotballspilleres private bilder (utenfor fotballbanen). Vetle hadde også én brukerprofil. Vetle var en svært aktiv ungdom. Han trente mye og var engasjert i idretter som både langrenn, fotball og terrengsykling. På Instagram fulgte han kjendiser innenfor grenene fotball og ski. Hans motto var «live in the moment». Mikkel hadde i likhet med de to andre guttene bare én brukerprofil. Mikkel var glad i å spille FIFA på fritiden og han var også en aktiv fotballspiller. Han fortalte at han ikke brukte Instagram noe særlig og at han sjeldent la ut bilder, men syntes det var spesielt morsomt å se på bilder som handler om vitser (memes) om forskjellige fotballklubber.

Posisjonering gjennom interesser, hobby og livsstil

Innholdet som ungdommene delte markerte hvem de var i relasjon til venner (Buckingham 2008). De eksplisitte identifiseringene med og uttrykk for livsstil tok gjerne utgangspunkt i hva de foretok seg på fritiden. Tuva la ut bilder fra da hun var på Justin Bieber-konsert, fotballkonkurranser, korpsturer, kjente bygninger fra utenlandsferier,

hun og hunden, hun og venninner iført solbriller, hun og en hest, bakervarer hun hadde laget og hun selv med langrennski på et hopp i skogen. Vetle la ut bilder av han selv og andre på skitreninger og samlinger, filmsnutt der han kjørte snøscooter, skigåing på breen, på sydenferie hvor beina og et basseng var i fokus, utenlandsferie med bilde av slottsvakter og han og en venn foran et speil med hårstrikk på hodet og trutmunn. Miriam la ut bilder fra restaurantbesøk med venninner, speilbilde med venninner, telys i hjerteformasjon, hun og venninne med kopp fra Starbucks og bilder relatert til cheerleading på sin offentlige profil.

Det er jo mest ting vi gjør. For eksempel i desember så la jeg ut et bilde som jeg synes var ganske fint med sånne [jule]kuler. Jeg er ganske glad i jul og så var det jo blå kuler, så jeg tenkte at det matchet til den blå [instagramrammen] på profilen. Også er det litt sånn bilder fra konkurranse på cheerleading, bursdager, sommerferie og sånn. Og der skrev jeg [stedsnavn] fordi jeg skulle dit snart. Ellers er det litt mer fra Starbucks og cheerkonkurranser... portrettbildet fra skolen og litt sånn [skole]ball og jul og sånn (Miriam)

Illustrasjonene viser hvordan de la vekt på positivt relaterte verdier. De fremstilte seg selv som omgjengelige, aktive, sosiale og glade, og de la vekt på aktiviteter som skildret vellykkethet, eventyrlyst og humor. De utelot for eksempel å dele innhold som sto i motsetning til dette, og som kunne fremstilte dem som innadvendte, mislykkede eller triste. Denne selektive utvelgelsen tolkes som et forsøk på å styre hva slags inntrykk andre danner seg av dem som personer og hvordan de oppfattes (Goffman 1992).

Jeg legger heller ut hvis jeg gjør noe kult eller noe sånn. Jeg legger liksom ikke ut hva som helst (Vetle)

Hva som ble ansett å være «kult», eller hva ungdommene anså var relevant å vektlegge og som de antok å være morsomt eller misunnelsesverdig, varierte betydelig mellom ungdommene. Dermed fungerte verdiene som ble fremmet og aktivitetene som ble skildret i bildene deres både som et uttrykk for og som en avgrensning av deres identitet. Fremhevingen av interesser på profilen kan tolkes ut i fra Goffman (1992) sin rolleteori. Ungdommene vektla spesifikke interesser i fremstillingen av seg selv. På denne måten kobler de seg også til etablerte sosialt og kulturelt konstruerte roller med bestemte karakteristikk og egenskaper lagt til seg. Ved at Tuva delte bilder fra korpsturer, fotballcuper, bakverk og Justin Bieber-konsert, gav hun uttrykk for sin entusiasme for tenåringsidolet og interesse for konditori, fotball og korps overfor de andre. Ved at Vetle delte bilder av diverse skitreninger, skisamlinger og snøscooter-video, gav han uttrykk for hans interesse for langrenn og annen vintersport. Deres bildedelingspraksiser gjør at vi som tilskuere danner oss forskjellige inntrykk av ungdommene og hvordan de er plassert i et sosialt felt (Bourdieu 1995). For eksempel vil Sigurd sin markering av yndlingslaget Chelsea og favorittspiller David Luiz med blå hjerter i tekstmuligheten på

profilen, posisjonere han som en fotballinteressert person og dermed gi andre assosiasjoner om han som person enn Miriam som på sin offentlige profil fremhevet navnet på cheerleadergruppen hun konkurrerte med og brukte benevnelsen «cheerleader» om seg selv. Benevnelsene til Sigurd og Miriam spiller begge på det stereotypiske ved at de markerer tilhørighet til den kulturelle referansen som ligger til det å være en cheerleader og fotballinteressert (Buckingham 2008, Frantzen 2012). Likeså skildret uttrykkene en opplevelse av fellesskap og plasserte dem innenfor en sosial gruppering. Samtidig genererer denne identifiseringen informasjon om hvem de anså seg selv som i relasjon til andre (Buckingham 2008). Således formidler markeringen av interesse på profilen informasjon til andre om at jeg er en sånn type person og jeg har disse egenskapene (Barber mfl. 2005). Markeringene de gjorde genererer oppfatninger av dem som personer ved at de fremstilte identifiseringene både er inkluderende og ekskluderende individuelt, sosialt og kulturelt sett ettersom assosiasjonene implisitt markerer ulikhet fra noen, samtidig som de markerer likhet til andre (Bourdieu 1995).

I tillegg til at hva som ble fremstilt av informasjon på profilene konstruerte identitet, preget også ungdommenes oppfatning av seg selv hvordan de billedlig fremstilte spesifikke hendelser. De innholdsmessige vurderingene relaterte seg blant annet til bildets karakter og implisitte betydning. Denne planleggingen gjorde at de måtte reflektere over hvem de anså seg selv som, hvordan andre kunne oppfatte dem og hvordan de ønsket å bli sett.

Jeg er ikke sånn veldig ... Jeg ser det er mange som har sånne bilder hvor de poserer og sånn, og så er det en annen venninne som tar bildet. Det er ikke helt min greie. Jeg liker å ta bildene der og da. Når det ikke er så planlagt. Da ser det ikke ut som at jeg prøver å være sånn kjempeperfekt (Tuva)

At Tuva ikke ville ha oppstilte bilder, men heller delte bilder som var tatt i øyeblikket, kan ses på som et forsøk på å skape et inntrykk av henne som en spontan type. På en side ser vi her hvordan identitet preger literacy ved at måten hun fremstilte seg på, var preget av hennes ønske om å ikke fremstå som at hun forsøkte å være perfekt. Derfor tok hun ikke bilder hvor hun poserte foran kameraet eller som så oppstilte ut. På den andre siden ser vi også hvordan hennes literacy preget identitet på den måten at hennes uttrykk posisjonerte henne som en sånn type person som tar spontane bilder og ikke prøver så hardt å fremstå som perfekt. Hun så det konkrete i en større sammenheng og var bevisst på hvilken mening bestemte symboler kunne generere. Å dele bilder hvor man poserer, fører gjerne til at andre tror du forsøker å fremstå som perfekt, mens bilder som er tatt i øyeblikket ikke gjør dette.

Andres respons påvirker identitet

Andre menneskers responser på bilder hadde også stor betydning for ungdommenes identitetskonstruksjon. Responser utgjør en type aksept og sosial validering av identitet, og de kan forsterke sosial tilhørighet (Peter mfl. 2009, Frantzen 2012).

For eksempel her da så var jeg med [en venn] og så kommenterer han: «ekte viking». Også har folk kommentert sånn: «haha, det er definisjonen på swag gutter», «legends», «sweet», «babe» og «du er», «babes»... Også er det en som kommenterer, som tagger meg da: «swag», «digg» og «kjekkas» og sånn (Vetle)

Språkbruken i kommentarene til Vetle markerte hans sosiale og kulturelle tilhørighet i og med at denne var felles for vennegjengen (Lindqvist Bergander 2015). Gjennom kommentarene: «ekte viking», «swag» og «legends» ble han posisjonert som en tøff person med kul stil som man ser opp til. Likeså fungerte tilbakemeldingene som bekreftelser og forsterkninger av sosiale relasjoner, da disse indikerer en relasjon mellom den som kommenterer og den som mottar kommentarer (Lindqvist Bergander 2015). Dette ser vi også i responser Miriam fikk som viser bekreftelse og sosial anerkjennelse:

... «wow miriam», «miriam, det er utrolig fint av deg». Også sånne tegn med smilefjes og hjerter. «Wow miriam, sykt fin», «shit du var sykt fin», «wow», «verdens beste»... Også er det noen ganger jeg får sånn «nice girls», «flinke» og sånn på cheerbilder da (Miriam)

I tillegg ble antall likes målbart og synlig gjennom tallfesting. Disse blir derfor en kvantitativ indikator for popularitet (Skog 2012).

... de som får sånn 200 likes på et bilde fordi de er så pene og perfekte, så står de som kanskje får litt sånn 10 stykker da, de kanskje føler seg litt mer sånn: «ja» ... At de kanskje ikke er like viktige (Tuva)

Tuva uttrykte at det å motta mange likes oppfattes som synonymt med det å være perfekt, mens få likes viser det motsatte. Betydningen av antall likes spilte derfor en vesentlig rolle i ungdommenes fremstillinger og kommunikasjonspraksiser. Imidlertid var det ikke likegyldig hvem som gav likes. Vi fant at ungdommene ikke lenger brukte tagger som *#tagsforlikes*, slik de fortalte at de gjorde før. At bruken av denne type tags kunne kobles til et bekræftelsesbehov og et inntrykk av deg som «usikker på seg selv», tydeliggjør de sosiale og kulturelle betingelsene som ligger implisitt i denne type praksis. Kunnskaper om hva som generer likes viser seg også i hvordan ungdommene vurderer når det er hensiktsmessig å legge ut bilder.

Det har jo litt å si når du legger ut bildet ... For hvis du legger det ut på morgenen når ingen har stått opp, så er det jo ingen som ser det og da kan det jo hende at det kommer nyere bilder over det bildet jeg har lagt ut. Da er det jo ikke så lett å like det

liksom, men hvis jeg legger det ut på kvelden når folk skal legge seg, så pleier de å spille på mobilen og sånne ting og da er det lett å få litt flere likes (Kristine)

Kristine viser at hun behersket en type literacypraksis i og med at hun, selv om hun ønsket seg flere likes på bildene, unngikk praksiser som kunne oppfattes som problematiske av andre. Dette viser at en *riktig* bruk av mediets muligheter er en vesentlig forutsetning for å fremstå på en ønsket måte, da innsikt i hvordan handlinger og symboler kan oppfattes er sentralt i forsøkene på å styre hva slags inntrykk andre gjør seg av deg (Goffman 1992).

Ungdommenes literacypraksiser viser seg også gjennom hvordan de forsøker å foregripe og kontrollere andres responser. Dette er tydelig hos Miriam som var påpasselig med at hun hadde nok valgmuligheter til å luke ut det beste bildet:

Det er ofte sånn at når du er i en bursdag for eksempel, så tar du kanskje hundre bilder, men så blir det til slutt ingen av de som er fine. Da blir man ganske kresen på det. Så hvis jeg er på bestemte steder passer jeg på å ta mange nok bilder så jeg ikke ender opp med å ikke kunne legge ut noen liksom. Så da sletter jeg heller de stygge etterpå når jeg har funnet de fine (Miriam)

Det er også interessant å merke seg at planleggingselementet som var tilstede hos Miriam også var tydelig hos Tuva i relasjon til hennes interesse for konditori og bakst:

Hvis jeg skal legge ut bilder av at jeg baker noe, så kan jeg bruke veldig lang tid på å få et fint bilde for at det skal se best mulig ut da... Sånn som her, da brukte jeg veldig lang tid på å ta de bildene. Jeg prøvde fra forskjellige vinkler og så med forskjellig lys. Også gikk jeg ut for å ta bildet der for det var ikke fint nok lys inne (Tuva)

Gjennom Tuva sin konsekvente bruk av filtermuligheten på bildene av bakverk, fremhevet hun kontraster og gjorde på denne måten bildet mer levende og innbydende. Hun utviste her flere kompetanser og ferdigheter knyttet til produksjonen av medieinnhold og konstrueringen av identitet. Gjennom plasseringen av makronene i bildet og hennes bildebehandling framviste hun kommunikative ferdigheter og kompetanse i å fremstille visuelt innhold (Erstad 2010). Utover dette viste hun samtidig seg selv som en dyktig konditor og baker ved at interessen ble fremstilt på en måte som lignet på hvordan bakverk fremstilles profesjonelt (Lindqvist Bergander 2015). Noe lignende finner vi også hos Sigurd:

Hvis jeg er på tur og ser et vann som er helt flatt og så kommer det sånn skygge i vannet av naturen rundt for eksempel... Ja, jeg finner kanskje det som er mest skarpt og som har best lys. Så sjekker jeg om det er noen forstyrrelser i bildet. Det kan være sånne forstyrrelser i bakgrunnen som et tårn da for eksempel. Jeg ser mest etter sånne ting da (Sigurd)

Vi ser tydelig hvordan Sigurds interesse for fotografi preger hans bilder av naturlandskap og hans refleksjon om hva det innebærer å ta bilder. Han viser avanserte vurderinger av hvordan han skal ta et bilde for at det skal bli slik han ønsker.

Riktig bruk i henhold til kontekst

Hva slags bilder ungdommene la ut av interesser, hobbyer og livsstil, og hvordan denne informasjonen ble gitt, var påvirket av hvilke venner og hvor stor vennekrets de henvendte seg til og de sosiale og kulturelle rammene for vennerelasjoner. Til tross for at det varierte om de hadde låst eller åpen profil, håndterte de et spekter av sammenfallende kontekster, da følgere varierte fra nære venner og familie til perifere bekjente og ukjente. Likevel involverte ungdommenes praksis særlig venner og jevnaldrende. Dette blir veldig synlig med hensyn til deling av mer utfordrende bilder.

Det er liksom, er man lettkledd så er det kanskje ikke sånn veldig å legge ut det på Instagram føler jeg da. Det er sikkert andre som er mer komfortable med det enn hva jeg er, men det kommer kanskje an på hva slags person du er. Men jeg føler ikke at det er sånn veldig greit. Du skal liksom kunne ta bildet midt i skolegården, og hvis jeg kunne gjort det, så kunne jeg lagt det ut også (Tuva)

Å legge ut lettkledte bilder ble også omtalt i en negativ retning av Kristine og Miriam. Imidlertid kunne det som ikke ble ansett å være passende i én situasjon, være dette i en annen (Goffman 1992).

Jeg synes kanskje det er litt rart når det er folk som man ikke kjenner som får sett [bikinibildet] og sånne ting... Jeg legger kanskje ut sånne ting på privatprofilen, men da er det jo bare folk som jeg kjenner som får sett det og da er det jo ikke så ille, for jeg har jo kanskje vært å bada med de og da er det jo helt vanlig (Kristine)

Hva slags grupperinger de hadde av personer på profilen hadde betydning for hva *riktig* deltakelse innebar. Tatt i betraktning at Tuva hadde åpen profil og dermed ingen kontroll over hvem som faktisk så innholdet, hadde Kristine på hennes private profil en større kontroll over dette. Et bilde av henne i bikini kunne leses og oppfattes på en annen måte her, enn om bildet ble delt for et større publikum hvor konteksten for bildet i større grad ville være ukjent (boyd 2014).

Hva som anses å være *rett* bruk kan dermed ses ut i fra *hvem* dette eksplisitt deles for. Likevel kan dette by på utfordringer når det gjelder konstruert og oppfattet identitet siden det eksisterer forskjellige normer i ulike sosiale situasjoner (Goffman 1992). Dersom en fremstilling forstås utenfor rammen av dens opprinnelige kontekst, står meningen som lå til fremstillingen i fare for å svinne hen og meningen med bilder kan bli misforstått (Goffman 1992).

Det er mange ganger at jeg har glemt å logge ut av den [offentlige] brukeren og så har jeg lagt ut bilde på feil profil, men det har jo gått fint, for jeg skjønnte det liksom noen minutter etterpå, så det var ingen som hadde sett det... Jeg tror ikke [de på den offentlige profilen] hadde tolket det som så spesielt, men kanskje syntes at det var litt rart... Det er liksom flaut at folk jeg ikke kjenner skal se det, også følger familien min meg der og mamma også... så det blir litt kleint da (Kristine)

At Kristine kunne oppleve dette som «kleint» har sammenheng med at for eksempel familien hennes ville kunne se bildet (boyd 2014, Goffman 1992).

Betydningen av adressat kan illustreres gjennom Kristine og Miriam sin praktisering av to brukerprofiler og avgrensning av kontekst gjennom profilinnstillingene på deres *private* og *offentlige* profil. Ved at den offentlige profilen gikk for å være ens profil utad overfor en større krets av personer, tilpasset Kristine og Miriam seg konteksten ved å vektlegge bilder de anså som interessante, spennende og fine utseendemessig. På den private kontoen som var forbeholdt et mindretall av vennene deres, vektla de et hverdagslig aspekt som stod i en mer eller mindre motsetning til bildene på den offentlige profilen.

Hvis man har vært på noe sånn skikkelig morsomt, så vil du jo at folk skal misunne deg litt og være litt sånn «åå du er heldig» eller se hvor gøy du har det da. At ikke folk tror at du er skikkelig kjedelig eller et eller annet (Miriam)

På den offentlige profilen var det viktig for Miriam at bildene hun delte var det hun omtalte som «perfekte bilder». Dette var bilder hvor hun fremsto som den beste versjonen av seg selv, også utseendemessig. Hun unngikk derfor å dele bilder hvor hun hadde «skeivt hode eller at smilet ser skikkelig fake ut. Eller at øynene er sånn små». Dette var ikke noe hun bekymret seg for når hun publiserte bilder på den private profilen.

...jeg legger ut sånne bilder som når jeg kjeder meg og sånn, så har jeg et sted å legge ut bilder da...For eksempel hvis jeg ser på film så kan det hende at jeg legger ut et bilde av det. Sånn som i går så kjedet jeg meg litt og da satt jeg på pcn og så tok jeg bilde av Netflix-logoen og spurte folk om de hadde tips til julefilmer. Så det er for eksempel sånn for å spørre folk om ting eller bare vise ting da. Og når vi har hatt tentamener så legger jeg ut bilde av «ferdig med alle tentamenene» (Miriam)

Miriam tilpasset seg de to kontekstene ved at hun spilte ut ulike sider ved seg selv. Dette gjaldt også Kristine siden hun på sin private profil delte «litt stygge selfies», mens hun på den offentlige delte bilder som hun anså som pene og spennende. På denne måten tilpasset de seg publikums forventninger. De fremstilte seg selv som interessante, vellykkede og pene på den offentlige, mens fremstillingen deres på den private svarte til en mer hverdagslig bildekommunikasjon rettet mot de nærmeste vennene. Ser vi nærmere på forholdet mellom literacy og identitet i relasjon til Miriam og Kristine her, ser vi hvordan identitetskonstruksjon gjør bestemte literacypraksiser relevante. Hvordan det

billedlige uttrykket konstrueres er gjensidig avhengig av hvem de ønsker å fremstå som samt hvilket publikum de adresserer.

Relasjonell tolkning av symboler

Innsikt i den bakenforliggende konteksten for bildedeling var avgjørende for tolkningen av bilder, tagger og kommentarer.

Hvis folk legger ut et fælt bilde av meg, så ber jeg de slette det. For jeg har ikke så veldig lyst til at andre skal se det liksom. En ting er når jeg har bursdag og sånn... da er det liksom greit. For da er det sånn at man legger ut fæle bilder av hverandre da, men sånn utenom det, det hadde jeg ikke likt så godt (Tuva)

Tuva synliggjør en forståelse av en skiftende praksis og sosial kontekst. I og med at hun så det konkrete, «et fælt bilde», ut i fra de omkringliggende omstendighetene, både leste og plasserte hun bildet innenfor en etablert sosial praksis som ble utført av vennene på hverandres bursdager. Uten innsikt i at dette var en måte å tulle med hverandre på ved slike anledninger, kunne meningen som ble skapt vært en helt annen. Hvordan innsikt i den sosiale konteksten og relasjon til personen(e) var avgjørende for måter å oppfatte innhold på, kan også eksemplifiseres gjennom Miriams fortelling om da hun ble tagget i et bilde der det sto «gnom»:

Jeg synes det er litt morsomt hvis det er et morsomt bilde, men hvis det er sånn at de mener det... for folk synes jeg er veldig lav og sånn ... og hvis det står for eksempel «gnom» og et eller annet, så blir jeg litt sånn: «eeh ... jeg er ikke så lav». Men jeg skjønner jo at de bare tuller ... så jeg blir jo ikke lei meg, for jeg vet jo at jeg er lav, så det gjør meg ingenting (Miriam)

I utdragene tydeliggjøres Miriams og Tuvas literacy ved at de tolket bildene som situert i en type praksis blant vennene der det var vanlig og akseptert å tulle med hverandre. Siden de leste det relasjonelle aspektet framfor det litterære, gjenkjente de symbolenes humorelement (Lankshear og Knobel 2006). Deres literacy preget således deres identitet ved at måtene de tolket innholdet på, posisjonerte dem som personer som forsto humorreferansen og tålte en spøk. I tillegg posisjonerte også dette dem som personer i relasjon til personen(e) som tagget eller delte bildet. Miriam og Tuva fremstår slik som kompetente brukere av Instagram og deltakere i den sosiale samhandlingen.

Identitet og hvem ungdommene er i relasjon til personen(e) blir avgjørende for deres utøvelse av literacy. Dette kan også eksemplifiseres i relasjon til Mikkel, der innsikt i den sosiale konteksten er essensiell for å forstå det tilhørende humorelementet til den tekstlige symbolbruken som rammer inn bildet:

En venn av meg la ut et sånt bilde da, av et glass melk. Også la han ut sånn: «#melk» bare. Da begynte vi å le, også kommenterte vi det og liket det og sånn (Mikkel)

Hvem som kommuniserer med hvem blir avgjørende elementer for hvordan det tekstlige oppfattes. På denne måten både influerer ungdommenes literacy og identitet hverandre gjensidig ved at det ene danner utgangspunktet for det andre (Moje og Luke 2009). Samtidig blir utøvingen av dem begge måter de inntar roller i den sosiale konteksten da synligheten rundt forståelsen av meningen også bekrefter ens relasjonelle posisjonering som en del av den sosiale klikken. Dermed vil den tillagte meningen også markere avstand fra andre, da denne er utilgjengelig for dem som ikke er en del av klikken (Lankshear og Knobel 2006, Peter mfl. 2009). Likeså vil den sosiale konteksten også skapes gjennom samhandlingene som forekommer og tolkningen av disse (boyd og Heer 2006). Dette er tydelig hos Vetle og hans tolkning av kommentarer:

Vetle: For eksempel her så er det en som kommenterer: «JÆVLA STJERNA». Da sier jeg bare sånn: «Jeg gjør mitt beste»... Så det blir liksom litt morsomt over det og sånn.

Intervjuer: Sånn som når han sier liksom «jævla stjerna», hva tenker du da?

Vetle: Ja, jeg kjenner jo han ganske godt og da skjønner jeg liksom hva som menes med det og sånn... Et annet eksempel var en annen som la ut [bilde av] at han [deltok] på friidrettsløp og løp hundreløpsmeter. Da var det en annen som kommenterte sånn: «raskest i verden» eller et eller annet sånt... Det er bare morsomt.

Vetle viser at han er i stand til å gjenkjenne skriftlig bruk av humor og ironi. Videre viser hans respons til kommentaren under bildet hvordan han tilpasset seg den sosiale konteksten (Lindqvist Bergander 2015). Således fremstår forholdet mellom identitet og literacy som gjensidig konstituerende. Dette kan også ses i sammenheng med Sigurd og Mikkel sin liking av vitser (memes) relatert til fotballspillere og fotballag. Samtidig som begge evnet å se symbolbruken i memes ut ifra den kontekstuelle situasjonen, konstruerte de også identitet gjennom å posisjonere seg selv som fotballinteresserte personer. Når det er sagt, påvirket også Mikkel og Sigurd sin interesse for fotball deres praksiser på Instagram.

Diskusjon og avsluttende kommentarer

Ungdommenes identitets- og kommunikasjonspraksiser på Instagram synliggjør en bred kommunikativ kompetanse på flere nivåer, både som produsenter og som mottakere av uttrykk (Lankshear og Knobel 2006, Buckingham 2006, Østerud og Skogseth 2008). Vi finner at ungdommene viser fram og utvikler digital kompetanse eller literacy. De kan vurdere hvordan handlinger og bilder oppfattes av andre, de kan tolke og forstå regler og normer for sosialt samspill, de kan kommunisere gjennom bilder, kommentarer og likes, og i denne kommunikasjonen viser de forståelse for hva som er interessant for andre, om hvordan ting oppfattes av ulike venner eller følgere og om hva som er greit å

dele. I tillegg viser de også fram ferdigheter og kompetanser knyttet til digital bildebehandling og bearbeiding.

I likhet med boyd (2007), Zhao mfl. (2008), Manago mfl. (2008), Strano og Wattai (2010) og Storsul (2011) ser vi at ungdommene i sin identitetskonstruksjon ønsker å fremstille seg som sosialt attraktive for å få sosial anerkjennelse. I likhet med Davies (2012) finner også vi at uttrykkene som deles er selektive og ungdommene er bevisste på at ikke alt anses å ha en deleverdi. Hvilke aspekter som ungdommene betrakter som betydningsfulle uttrykk i fremstillingene av dem selv, er avhengig av den sosiale konteksten og hvem de tenker at kommunikasjonen foregår mellom, enten dette handler om lettkledte bilder, vanlige bilder eller selfies.

Det er viktig å påpeke at ungdommene ikke nødvendigvis er bevisste identitetskonstruksjonen i seg selv når de deler innhold. Snarere er praksisene deres en del av en overordnet kommunikasjon blant vennene og andre jevnaldrende. Praksisene deres på Instagram fremstår dermed som et «... additional space for being» (Davies 2012:28) – en digital forlengelse av dem selv som muliggjør en kontinuerlig kommunikasjon med både nære og fjerne venner (boyd og Heer 2006, Davies 2012).

Handlingene ungdommene utfører selv eller er mottakere av innebærer en form for posisjonering. Gjennom hver like, kommentar, tag eller bilde utøves og gis det uttrykk for identitet både som produsent og leser (Lankshear og Knobel 2006). I likhet med det boyd (2010) finner i sin studie, preges disse ungdommenes uttrykk for identitet av hvem de er tilkoblet. Videre blir også deres selvpresentasjon delvis et produkt av de andre deltakernes respons på innholdet ettersom kommentarer og likes blir en del av identitetsuttrykket deres utad (boyd 2014, Walther mfl. 2008, Frantzen 2012). Tatt i betraktning at ungdommene ikke vet hvem som faktisk ser det delte innholdet og ikke vil motta en umiddelbar respons på hvordan fremstillingene oppfattes, slik det forekommer i en ansikt-til-ansikt situasjon, synes mangelen på tilbakemeldinger også å resultere i en usikkerhet omkring hvordan de oppfattes (boyd 2008). Utover at tilbakemeldingene kan forstås som en type aksept og sosial validering av utøvd identitet (Peter mfl. 2009, Frantzen 2012) og en bekreftelse og forsterkning av sosial relasjon, lik det vises til hos Lindqvist Bergander (2015), gjør synligheten av disse seg også målbare gjennom en tallfesting. På samme måte som tilbakemeldingene kan plassere ungdommene som sosialt attraktive (Lindqvist Bergander 2015), er også antall likes en indikator på popularitet (Skog 2012). Ingen av ungdommene gav uttrykk for utfordringer knyttet til å miste kontrollen over bilder og deres betydning slik det påpekes av boyd og Heer (2006) og boyd (2008). Imidlertid kan dette tyde på at ungdommene er gode på å forstå de sosiale kodene for bruken og også er gode til å tolke innhold ut i fra sosial kontekst. Det har også sammenheng med at de har et begrenset antall følgere.

I likhet med Boyd (2014) og Alvermann mfl. (2012) finner vi at Instagram fremstår som en arena hvor ungdommene forhandler, utøver og konstruerer identitet. Uttrykkene de gir er betydningsfulle for dem selv overfor det aktuelle publikummet, og det fremgår av praksisene blant ungdommene at bruken er en arena for vennskap, interesser og selvpresentasjon. Deres praksiser er tidkrevende på hver sin måte og det ligger mye arbeid bak fremstillingene deres, da det eksempelvis ikke bare er å ta et hvilket som helst bilde og så legge det ut. Disse skal både komponeres, redigeres, kontrolleres og tilpasses. Kommunikasjonspraksisen stiller dermed ungdommene til stadighet overfor vurderinger om hvem de anser seg selv som i relasjon til andre, hvordan de tror at andre oppfatter dem og videre hvordan de ønsker å bli oppfattet (Giddens 1991). Dette gjør at det gjensidige forholdet mellom identitet og literacy synliggjøres i selve deltakeraspektet.

Literacy er nettopp det som gjør ungdommene i stand til å være anerkjente deltakere i den sosiale samhandlingen. Hvordan ungdommene fremstiller og konstruerer identitet henger slik sammen med deres kommunikative kompetanser – deres literacy. Motsatt influeres deres kompetente Instagrambruk av hvem de er og hvordan de oppfattes. Identitet påvirker dermed hva bruken går ut på, deres måter å fremstille uttrykk på, samt deres lesing og tolking av andres bruk av symboler.

Livet på Instagram stiller ungdommene overfor vurderinger om hvem de er sammenlignet med andre, hvordan de tror andre oppfatter dem og hvordan de ønsker å bli oppfattet. I og gjennom sin praksis fremviser ungdommene en refleksivitet omkring hvem de er og hvordan de fremstår. Studien viser hvordan ungdom utvikler et refleksivt forhold til seg selv og sine identiteter, og identitet blir dermed et kontinuerlig prosjekt som involverer et betydelig arbeid og et komplekst sett av kompetanser, på tvers av deltakelse i og utenfor sosiale medier.

Takk til Øystein Gilje for hjelp med rekruttering av informanter. Takk til Kenneth Silseth og Kristinn Hegna for kommentarer på tidligere utkast. Vi vil også takke de anonyme fagfellene for grundig lesning og gode forslag til forbedringer.

Litteratur

Aas-Hansen, S. (2015). *Perfekt på Insta, stygg på Snap. En undersøkelse av unges bruk av Instagram og Snapchat*. Masteroppgave i medievitenskap. Oslo, Institutt for medier og kommunikasjon: Universitetet i Oslo <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-49915>

Alvermann, D., mfl. (2012). Adolescents' web-based literacies, identity construction, and skill development. *Literacy Research and Instruction*. 51(3):179-195. DOI: 10.1080/19388071.2010.523135.

- Barber, B., mfl. (2005). Benefits of activity participation: The roles of identity affirmation and peer group norm sharing. I Mahoney, J. L., R.W. Larson, & J. S. Eccles (red.): *Organized activities as contexts of development: Extracurricular activities, after-school and community programs*. Lawrence Erlbaum Associates, s. 185-210.
<http://www.rcgd.isr.umich.edu/garp/articles/barber05b.pdf>
- Benwell, B. & E. Stokoe (2006). *Discourse and identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press
- Berentsen, H. (2014). *Ung på Instagram: selvpresentasjon og inntrykkshåndtering gjennom bilder*. Masteroppgave i IKT i læring. Stord, Avdeling for lærerutdanning og kulturfag: Høgskolen Stord/Haugesund. <http://hdl.handle.net/11250/197247>
- Bourdieu, P. (1995). *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax Forlag
- boyd, d. (2007). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. I Buckingham, D. (red.): *MacArthur Foundation Series on Digital Learning – Youth, Identity, and Digital Media Volume*. Cambridge, MA: MIT Press.
<http://www.danah.org/papers/WhyYouthHeart.pdf>
- boyd, d. (2008). *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics*. Doctoral Dissertation, University of California, Berkeley.
<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>
- boyd, d. (2010). Friendship. I Ito, M., mfl.: *Hanging out, messing around, and geeking out: kids living and learning with new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
https://mitpress.mit.edu/sites/default/files/titles/free_download/9780262013369_Hanging_Out.pdf
- boyd, d. (2014). *It's complicated. The social lives of networked teens*. New Haven: Yale University Press. <http://www.danah.org/books/ItsComplicated.pdf>
- boyd, d. & J. Heer (2006). *Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster*. Proceedings of the 39th Hawaii International Conference on System Sciences. University of California, Berkeley.
<https://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2006/2507/03/250730059c.pdf>
- Braun, V. & V. Clarke (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2):77-101. DOI: 10.1191/1478088706qp063oa
- Buck, A. (2012). Examining digital literacy practices on social network sites. *Research in the Teaching of English*. 47(1):9-38. <http://www.jstor.org/stable/41583603>
- Buckingham, D. (2006). Defining digital literacy. What do young people need to know about digital media? *Digital kompetanse*, 1(4):263–276. <https://e-learn.sdu.dk/bbcswebdav/users/paedsekr/TP14/Workshops/Workshop%204/Program%20og%20litteratur%20W4/David%20Buckingham%20Defining%20digital%20literacy%20What%20do%20young%20people%20need%20to%20know.pdf>

- Buckingham, D. (2008). Introducing identity. I Buckingham, D. (red.): *Youth, Identity, and Digital Media. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning*. Cambridge, MA: The MIT Press, s. 1-24. DOI: 10.1162/dmal.9780262524834.001
- Davies, J. (2012). Facework on Facebook as a new literacy practice. *Computers & Education*. 59(1):19-29. DOI: 10.1016/j.compedu.2011.11.007
- Ellison, N. B., C. Steinfield & C. Lampe (2007). The benefits of Facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4):1143-1168. <http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>
- Erstad, O. (2010). *Digital kompetanse i skolen - en innføring*. 2. utgave. Oslo: Universitetsforlaget.
- Frantzen, V. (2012). Ungdom, identitet og medier. I Vettenranta, S. & V. Frantzen (red.): *Mediepedagogikk*. Trondheim: Tapir Akademisk forlag.
- Gee, J. P. (2000). Teenagers in New Times: A New Literacy Studies Perspective. *Journal of Adolescent and Adult Literacy*, 43(5):412-420. <http://www.jstor.org/stable/40017078>
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity. Self and society in the late modern age*. California: Stanford University Press.
- Gillen, J. (2014). *Digital Literacies*. New York: Routledge
- Goffman, E. (1992 [1959]). *Vårt rollespill til daglig: en studie i hverdagslivets dramatik*. Oslo: Pax. <http://www.nb.no/nbsok/nb/bb5dd067d1a24426d51594e0af069494.nbdigital?lang=no#0>
- Hegg, K. (2016) Kampen om «likes». *Tidsskrift for Den norske legeförening*. Nr. 12, 2016; 136:1172. DOI: 10.4045/tidsskr.16.0460.
- Johannesen, I. A. (2016). «Koffor har isje eg det du har?» *Selvpresentasjon og sosial sammenligning blant unge jenter på Instagram*. Masteroppgave i medievitenskap. Bergen, Institutt for informasjons- og medievitenskap: Universitetet i Bergen <http://dspace.uib.no/bitstream/handle/1956/12379/144681612.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lankshear, C. & M. Knobel (2006). *New Literacies, Everyday Practices and Classroom Learning*. Berkshire, UK: Open University Press. http://www.academia.edu/567501/New_Literacies_Everyday_Practices_and_Classroom_Learning
- Lankshear, C. & M. Knobel (2008). Introduction: Digital Literacies - Concepts, Policies and Practices. I Lankshear, C. & M. Knobel (red.): *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. New York: Peter Lang Publishing
- Lindqvist Bergander, A. (2015). *Att göra literacy online och offline. Digitala medier i barns kamratkulturer*. Doctoral Dissertation, Uppsala Studies in Education, Acta Universitatis Upsaliensis, Uppsala. <http://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:807202/FULLTEXT01.pdf>
- Linell, P. (2009). *Rethinking language, mind, and world dialogically: Interactional and contextual theories of human sense-making*. Charlotte, NC: Information Age Publishing.

- Manago, A., mfl. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29(6):446–458. DOI: 10.1016/j.appdev.2008.07.001
- Mead, G. H. (1962). *Mind, self, & society from the standpoint of a social behaviorist*. London: The University of Chicago Press.
- Medietilsynet (2016). *Barn og medier 2016. 9-16 åringers bruk og opplevelser av medier*. Medietilsynet. Norwegian media authority.
http://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2016_barnogmedier.pdf
- Moje, E. B. & A. Luke (2009). Literacy and Identity: Examining the Metaphors in History and Contemporary Research. *Reading Research Quarterly*, 44(4):415-437. DOI: 10.1598/RRQ.44.4.7
- UngOrg (2014). Det er på Facebook man flørter: Ungdommers forhold til identitet og seksualitet på sosiale medier. UngOrg-rapport for Medietilsynet Trygg bruk.
<http://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/2015/2014-ungorg-sosiale-medier-rapport---web.pdf>
- Peter, J., P. M. Valkenburg, & C. Fluckinger (2009). Adolescents and social network sites: identity, friendships and privacy. I Livingstone, S. & L. Haddon (red.): *Kids online: Opportunities and risks for children*. Bristol: Policy press.
- Sarvas, R. & D. M. Frohlich (2011). *From Snapshots to Social Media - The Changing Picture of Domestic Photography*. Springer: London
- Seerup, V. (2015). *Sosiale medier – "Selvets teater". En kvalitativ studie av ungdoms selvpresentasjoner på Snapchat og Instagram*. Trondheim, Institutt for pedagogikk og livslang læring: NTNU. <http://hdl.handle.net/11250/294320>
- Silseth, K. & H. C. Arnseth (2011). Learning and identity construction across sites: A dialogical approach to analysing the construction of learning selves. *Culture & Psychology*, 17(1) 65–80. DOI: 10.1177/1354067X10388842
- Skog, B. (2011). *Privat på Facebook?* Nedlastet 26.11.2015 fra:
<http://forskning.no/content/privat-pa-facebook>
- Skog, B. (2012). *Hva er det med "Liker!" på Facebook?* Nedlastet 26.11.2015 fra:
<http://forskning.no/content/hva-er-det-med-liker-pa-facebook>
- Strano, M. & J. Wattai (2010). Covering your face on facebook. Managing identity through untagging and deletion. I Sudweeks, F., H. Hrachovec & C. Ess (red.): *Proceedings Cultural Attitudes Towards Communication and Technology 2010, Murdoch University, Australia*, s. 288-299. <http://sammelpunkt.philo.at:8080/2292/1/strano.pdf>
- Storsul, T. (2011). Deliberation or self-presentation? - young people, politics and social media. *Paper for NordMedia 2011, Akureiry, Iceland*, 11-13.
http://english.unak.is/static/files/Storsul_Tanja.pdf

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

Walther, J. B, mfl. (2008). The role of friends appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*. 34(1):28-49. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2007.00312.x

Weilenmann, A., T. Hillman & B. Jungselius (2013). Instagram at the museum: Communicating the museum experience through social photo sharing. *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, Paris: ACM Press

Zhao, S., S. Grasmuck & J. Martin (2008). Identity construction on Facebook: Digital empowerment in anchored relationships. *Computers in Human Behavior*, 24(5):1816- 1836. DOI: 10.1016/j.chb.2008.02.012

Østerud, S. & E. G. Skogseth (2008). Å være på nett. I Østerud, S. & E. G. Skogseth (red.): *Å være på nett: kommunikasjon, identitets- og kompetanseutvikling med digitale medier*. Oslo: Cappelen akademisk forlag.

English abstract:

Life on Instagram

An additional place for friendship and social interaction

In this article, we focus on young people's online practices related to photo sharing. We analyze data from semi-structured interviews and analyze how three girls and three boys from Norway use and construct identities in a social networking site. We also show how young people develop literacies online, that is, how they develop skills and knowledge about communication, creating and interpreting digital photos through sharing.