

Sammendrag

Stadig flere av tekstene vi omgir oss med er digitale, multimodale tekster. Ungdoms mediebruk har endret seg de seneste årene, kanalene de bruker er langt flere og nye medieplattformer er tatt i bruk. De nye digitale medie-plattformene har på mange måter blitt nye tekstarenaer og plattformer hvor multimodale tekster produseres. Denne masteroppgaven ønsker å synliggjøre hva som kan kjennetegne tekstskapingsprosesser i sosiale medier. Med en sosiolingvistisk tilnærming, er formålet å vise hva som inngår i en tekstskapingsprosess, og hva en slik prosess kan si om selvframstilling, mottakerbevissthet og tekstlige og semiotiske valg som blir tatt. Ved hjelp av et utvalg enkeltindivider gis et innblikk i hva som inngår i en tekstskapingsprosess og hvilke valg som tas før og underveis i produksjon av digitale, multimodale tekster. Gjennom analysen og drøftingen av datamaterialet, presenterer jeg to hovedfunn: 1) Informantene foretar mer eller mindre bevisste valg underveis i tekstskapingsprosessen. Dette kommer blant annet til uttrykk gjennom ulik selvframstilling og mottakerbevissthet på privat og offentlig profil. 2) Informantene viser at ulike semiotiske og tekstlige valg blir tatt, mer eller mindre bevisst, når de produserer og publiserer en multimodal tekst på Instagram. Jeg argumenterer for at man i dag må forholde seg til et bredere språk- og tekstbegrep, og at man som forsker på feltet må inkludere nye tenkemåter og arenaer når man studerer språk.

Forord



karibroske
NTNU Institutt for språk og litteratur

At å e ferdig med den her masteroppgaven, det e ganske kult! Det e så innmari morsomt, fint, rart og skummelt på en og samme tid. Prosessen med å skriv master har vært et elsk-hat-forhold. Det har vært så utrolig lærenekt og artig, og samtidig så utrolig slitsomt og krevende. Men nå e å ferdig, og det e ufattelig godt.

Egentlig synes å forord e ganske kleint, men å ser nå, når oppgaven e ferdig, at det e en veldig fin unnskyldning te å bruk store ord, og takk dem som takkes må ♡

#ferdig #denfølelsen #master #dragvoll

Først e det på sin plass å takk min veileder, Stian Hårstad. Uten åe hadd det faktisk ikke blitt nå master, sjøl om det e et Kari Helmi Brestke-produkt. Takk for at du alltid svare så raskt på e-post, det har å virkelig hatt behov for. Takk for at dera te kontoret ditt alltid har stått åpen.

Takk for fine diskusjona, gode tips og innspill, og god veiledning helt fram te målstrukten!
#verdensbesteveileder

Takk te informantan mine, Hanna og Maria. Takk for at dakk har gitt mæ innblikk, og innøkt, i Instagram-livan dikkers. Takk for svar, engasjement og for at å får bruk dem offentlige og private tekstan i oppgaven min ♡

#dakkera



karibroske Æ må også takk mine kjære medstudenta 🥰 takk for fem fine år, og en særlig takk te Helene, Marie og Kaisa som har latt mæ kjeft, grin og flir den siste tida ♡ En ekstra #shoutout te Kaisa, som har delt lange Dragvoll-kvelda med mæ! En stor takk te onkel Tor for skikkelig grundig gjennomlesing av oppgaven. En stor takk te #verdensbestesøster, Ingrid, for korrekturlesing og støtte. Du e, og forblir, mitt største forbilde 🙌 Te slutt må æ takk #verdensbestekjæreste, #verdensbestevenna og #verdensbestefamilie for tålmodighet og oppmuntring. En siste liten #shoutout te ISL som har satt av midla te Masterverksted og lønn te #støttekontakt, Turi Marte. Æ klart det te slutt folkens. Og nå e æ voksen 😊

FOR 3 MINUTTER SIDEN

Innholdsfortegnelse

Sammendrag

Forord	i
1 Innledning	1
1.1 Overordnet struktur i oppgaven	1
2 Bakgrunn	3
2.1 Personlig bakgrunn	3
2.2 Tidligere forskning på feltet	4
2.3 Klargjøring og bruk av begreper	5
3 Teoretisk bakgrunn	9
3.1 Sosiolingvistiske tilnæringsmåter	9
3.2 Sosiale medier	11
3.2.1 Sosiale medier og ungdom	11
3.3 Literacy som begrep	12
3.3.1. Hva er literacy?	13
3.3.2 Literacy og sosiale medier	14
3.4 Selvfremstilling, mottakerbevissthet og tekstproduksjon i sosiale medier	16
3.4.1 Selvfremstilling og mottakerbevissthet	17
3.4.2 Tekstproduksjon og tekstskepingsprosess	20
4 Metode	23
4.1 Valg av forskningsmetode	23
4.2 Vitenskapsteoretisk perspektiv	25
4.2.1 Hermeneutisk tilnærming	25
4.2.2 Min egen førforståelse	25
4.3 Min egen undersøkelse	26
4.3.1 Arbeid med intervjuguide	26
4.3.2 Informantutvalg	27
4.3.3 Utvalg av digitale tekster	29
4.3.4 Informantsamtaler	29
4.4 Forskningsetikk, forskerrollen og etisk refleksjon	31
4.4.1 Generelle retningslinjer og regler	31
4.4.2 Etisk refleksjon og forskerens rolle	32
4.5 Databearbeiding og analyse	34
4.5.1 Transkribering	34
4.5.2 Analyseprosessen	35
5 Analyse	37
5.1 Presentasjon av informantene og deres profiler	37
5.1.1 Presentasjon av Hannas profiler	38
5.1.2 Presentasjon av Marias profiler	39
5.1.3 Sammenfattende hovedinntrykk	40
5.2 Presentasjon av valgte digitale tekster	40

5.2.1 Digital tekst fra offentlig profil: Hanna	40
5.2.2 Digital tekst fra offentlig profil: Maria	41
5.2.3 Digital tekst fra privat profil: Hanna	42
5.2.4 Digital tekst fra privat profil: Maria	42
5.3 Prosess før publisering.....	43
5.3.1 Tekst	43
5.3.2 Bilde	44
5.4 Reaksjoner på tilbakemeldinger, selvfremstilling og mottakerbevissthet	44
5.4.1 Reaksjoner på tilbakemeldinger	44
5.4.2 Selvfremstilling	46
5.4.3 Mottakerbevissthet	48
5.5 Tekstlige og semiotiske valg.....	49
5.5.1 Tekstlige valg	49
5.5.2 Semiotiske valg	50
6 Drøfting.....	53
6.1 Hovedfunn 1: "Det e jo gjerne overflaten dæm ser da". Ulik selvfremstilling og mottakerbevissthet på privat og offentlig profil.	53
6.1.1 Sammendrag av hovedfunn 1.....	56
6.2 Hovedfunn 2: "Når vi skriv skikkelig brei trønder, da e vi ganske ironisk". Ulike tekstlige og semiotiske valg på privat og offentlig profil.....	57
6.2.1 Sammendrag av hovedfunn 2.....	60
6.3 De siste konkluderende ord	61
7 Videre forskning	63
8 Referanseliste.....	65

VEDLEGG

Vedlegg 1 Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet og samtykkeskjema

Vedlegg 2 Intervjuguide, del 1

Vedlegg 3 Intervjuguide, del 2

Vedlegg 4 Tilbakemelding på melding om behandling av personopplysninger, NSD

Vedlegg 5 Digital tekst fra offentlig profil: Hanna

Vedlegg 6 Digital tekst fra offentlig profil: Maria

Vedlegg 7 Digital tekst fra privat profil: Hanna

Vedlegg 8 Digital tekst fra privat profil: Maria

Relevans for lektoryrket

1 Innledning

Det florerer med artikler, kronikker og forskning på og om sosiale medier. Det skrives blant annet om ungdoms forhold til, og bruk av, sosiale medier. Tall fra undersøkelser viser at barn og unge er mer hjemme, men at de har mer kontakt med venner via sosiale medier, og det er lite som tyder på at bruken blir mindre.

... they are users, and they are active. They do not just observe, they participate. They inquire, discuss, argue, play, shop, critique, investigate, ridicule, fantasize, seek, and inform. This makes the Internet fundamentally different from previous communications innovations, such as the development of the printing press or the introduction of radio and television broadcasting (Tapscott, 1998, s. 25-26).

Sitatet over kan være med på å klargjøre hvorfor tekstarenaer på digitale sosiale medier, er så viktig for å kunne forstå hvordan digitaliseringen er med på å forandre verden. Jeg vil i min studie ta utgangspunkt i to enkeltindivider og deres offentlige og private profiler på bildedelingsapplikasjonen Instagram. Formålet er å vise en tendens når det gjelder hva som kjennetegner tekstskapingsprosesser på sosiale medier. Jeg ønsker å si noe om hva som inngår i en tekstskapingsprosess, og hva en slik prosess kan si om selvfremstilling, mottakerbevissthet og tekstlige og semiotiske valg. Basert på dette har jeg formulert følgende problemstilling:

"Hvordan skiller private og offentlige Instagram-innlegg seg fra hverandre når det gjelder semiotiske og tekstlige valg?". For å besvare problemstillingen stiller jeg følgende forskningsspørsmål, som vil bli bakgrunnen for min analyse- og drøftingsdel:

1. Hva karakteriserer prosesser som språkbrukeren går gjennom før publisering av multimodal tekst på Instagram?
2. Hva kan denne prosessen si om selvfremstilling og mottakerbevissthet?
3. Hvordan kan man forstå bevisste og mindre bevisste, tekstlige og semiotiske valg?

1.1 Overordnet struktur i oppgaven

I bakgrunnskapitlet vil jeg belyse forskningsfeltet ut fra min egen bakgrunn og tidligere forskning som er gjort på området. Jeg vil kort gå inn på hvorfor jeg har valgt å gjennomføre en sosiolingvistisk studie av Instagram, før jeg presenterer et utvalg studier som er gjort tidligere. I tillegg vil jeg kommentere sentrale begreper som vil bli brukt videre i oppgaven. Dette er begreper som brukes spesifikt på sosiale medier, og som derfor trenger en grundigere avklaring.

Teorigrunnlaget i oppgaven min baserer seg på tilnæringsmåter hentet fra sosiolingvistik, medievitenskap, mediepsykologi, sosiosemiotikk og literacy-feltet. Deler av teorien min vil også bygge på forskning som er gjort på ulike sosiale medie-plattformer. I metodekapitlet vil jeg presentere valgt forskningsmetode, og vitenskapsteoretiske tilnæringsmåter som er relevante for oppgaven. Videre presenterer jeg min egen undersøkelse og forskningsetiske retningslinjer og refleksjoner. I analysen vil jeg presentere de ulike profilene til informantene mine, med utgangspunkt i det denotative nivået, før jeg ser nærmere på funn fra datamaterialet mitt. Drøftingsdelen vil basere seg på funn som presenteres i analysen, med utgangspunkt i det konnotative nivået. Avslutningsvis vil jeg si noe kort om videre forskning som kan gjøres på feltet.

2 Bakgrunn

Formålet med bakgrunnskapitlet er å belyse forskningsfeltet vi befinner oss innenfor, ut ifra min egen personlige bakgrunn og tidligere forskning som er gjennomført. Dette vil kunne gi leseren et bedre utgangspunkt før vi går nærmere inn på studiens mer spesifikke teoretiske bakgrunn, og metodiske valg. Avslutningsvis i bakgrunnskapitlet vil jeg klargjøre noen sentrale begrep som vil bli brukt videre i oppgaven.

2.1 Personlig bakgrunn

Da jeg var rundt tolv år, satt jeg flere timer etter skolen og sendte e-poster fram og tilbake til venninnene mine. Etter ett års tid med e-post-samtaler ble vi introdusert for chatfunksjonen til Microsoft, MSN Messenger. Dette ble mitt første møte med det moderne internettet. I løpet av årene som gikk, lagde vi oss brukere på levanger.nu¹ og Nettby², og ble etter hvert introdusert for hjemmesider og bloggverdenen. Da vi med tiden fikk smarttelefoner, ble vi også kjent med de nye sosiale medie-plattformene som kom til.

I tråd med fremveksten av Instagram har jeg blitt mer og mer bevisst på selve bruken av dette sosiale mediet, og da særlig blant ungdom. Da jeg begynte å lese meg opp på språk- og medievitenskapelig teori, ble jeg mer klar på at det var dette jeg ønsket å forske på. Etter hvert oppdaget jeg at det var vanlig med to profiler blant ungdom, og det ble tydelig for meg at jeg burde se nærmere på dette fenomenet. Jeg begynte å se ulikheter i tekstene som ble publisert på offentlige og private profiler, og fikk fort tanker om at prosessen og produksjonen trolig ville være ulik. Med min egen erfaring rundt publisering som eneste kilde, ble jeg overbevist om at selvfremstilling er noe som preger de multimodale tekstene på Instagram. Ved å nærstudere noen enkeltindivider ønsket jeg å se på om det fantes noen typiske eller utypiske tendenser. Jeg begynte etter hvert å lese meg opp på feltet og søkte rundt på internett etter tidligere masteroppgaver, artikler og forskning som omhandlet lignende tema. Jeg fant mye, men oppdaget fort at det var noe som manglet. Dette gjorde det klart for meg at jeg måtte studere dette med språkbrillene på.

¹ Levangers svar på Facebook- Finnes ikke nå.

² Nettby var et populært nettsamfunn på VG, fra 2006-2009.

2.2 Tidligere forskning på feltet

Forskning på sosiale medier, og særlig Instagram, har en relativt kort tradisjon. Det finnes nok så lite forskning innenfor dette feltet, i alle fall i en norsk kontekst, selv om det de siste ti årene har kommet til noen studier på de "nye" medieplattformene. Til tross for at det har kommet mer ny forskning de siste ti årene, har Instagram forblitt et nok så "urørt" felt. Den meste av forskningen som er gjennomført, fokuserer på sosiale medier som for eksempel Facebook, Twitter, YouTube og lignende plattformer. Dette kan vi også se i teorien jeg vil trekke fram senere i oppgaven. Eksempler og funn baserer seg i stor grad på sosiale nettverkstjenester (SNS) som for eksempel Facebook. Mye av den nye forskningen som er gjennomført på lignende medieplattformer, er gjort utenfor Norge, og blant annet i Danmark er det forsket langt mer på SNS-er. Forskningslitteraturen peker i mange retninger og mot mange felt, noe som gjør det vanskelig å liste opp relevante studier som er gjort. Jeg vil likevel nevne noen studier som er gjort på feltet, men som har noe annet fokus enn min oppgave.

Ser vi utenfor Norge, er det flere forskere som utmerker seg og som har gjennomført studier rettet mot sosiale medier. Det som går igjen hos mange, er sosiale mediers mange former for innvirkning på identitet. Særlig vektlegges mediens rolle som såkalte verktøy for identitetskonstruksjon. Donna Alvermann og Danah boyd er to, av flere, som har forsket på ungdoms liv på sosiale medier, og hvordan sosiale medier og kultur kan spille inn på identitetskonstruksjon. Det er gjennomført studier av hvordan opprettelse av profiler på sosiale medie-plattformer spiller inn på kommunikasjon, og hvordan relasjoner og interaksjon kan påvirke hvordan innhold tilpasses publikum. Mye av forskningen som er gjennomført innenfor dette feltet, kan vi finne innenfor sosiologi, didaktikk, psykologi og medieforskning. Mange av temaene jeg belyser i min oppgave, vektlegges til en visst grad i tidligere forskning. David Barton og Carmen Lee sin forskning omhandlet språk på internett, og boken *Language Online. Investigating Digital Texts and Practices* fra 2013, ble for meg et fantastisk oppslagsverk og en fin inspirasjon til mitt arbeid med denne oppgaven. Studier de har gjennomført, undersøker internett-verden sin påvirkning på språk. Barton og Lee tar i bruk ulike perspektiver for å teoretisere nye måter å studere språk på, i en digitalisert hverdag. Blant annet ser de på forholdet mellom språk på internett og tospråklighet, identitet, utdanning og multimodalitet.

I Norge har det også blitt publisert forskning på lignende felt. Det som går igjen, er identitetskonstruksjon, uttrykk for sosiale handlinger gjennom bildedeling, literacy og

inntrykkshåndtering. Det som skiller tidligere forskning på feltet fra min egen studie, er språkaspektet. Selv om språkbegrepet tidvis står sentralt også i lignende studier, er dette sjelden hovedfokuset. Det inkluderes i form av begreper som multimodalitet og literacy, men fokuset ligger i størst grad på det medievitenskapelige og visuelle i det som publiseres. Linda Undrum er muligens den som har gjennomført forskning som lettest kan knyttes til mitt eget forskningsprosjekt. Hun skrev i 2016 en masteroppgave innenfor norskdidaktikk, hvor hun studerte hva som kjennetegnet selfien som multimodal tekst og uttrykk for sosial handling. Hovedfunnene til Undrum viser at selfien som publiseres på Instagram har noen typiske trekk, både visuelt og verbalt. Hun viser til at selfien kan oppfattes som personlig, tross offentlig publisering, og at sammensatt tekst har stor relevans i literacy-sammenheng.

Det som skiller tidligere forskning på feltet fra min egen forskning, er mitt fokus på selve tekstskapingsprosessen. Jeg ønsker å se på hva som skjer før publisering, og hvilke tekstlige og semiotiske valg som gjøres. Selvfremstilling, sosial handling og literacy er tema som går igjen i tidligere studier, men som i min forskning vil bli behandlet ut ifra et språklig og tekstlig utgangspunkt.

2.3 Klargjøring og bruk av begreper

Det vil være flere begreper som tas i bruk både i teorikapitlet, analysen og drøftingen min. Det er derfor nødvendig med en klargjøring for bruk av begreper. Jeg har valgt å trekke fram begreper som spesifikt brukes når det er snakk om sosiale medier. Mange av begrepene er på engelsk, da det fortsatt er mangel på gode, norske oversettelser og ekvivalenter. De begrepene jeg kort vil definere i dette delkapitlet, er Instagram, hashtag, selfie, emotikon og emoji.

Instagram er en bildedelingstjeneste som på noen områder skiller seg ut fra andre SNS-er, da man først og fremst samhandler via bilder. Da Instagram ble lansert i oktober 2010, kunne man med profilen sin ta bilder, legge på filter og dele dette med sine ”følgere”³ privat eller offentlig. I løpet av de sju årene Instagram har eksistert, har det skjedd store endringer, og bildedelingstjenesten har utviklet seg på mange områder. I dag kan man dele både bilder og videoer, kortere klipp som går i loop ved hjelp av en tilleggsapplikasjon som heter Boomerang og knytte bilder direkte til andre sosiale medie-plattformer. I 2016 ble det også mulig å legge ut

³ ”Følgere” på Instagram kan sammenlignes med venner på Facebook. Følgere er de som har tilgang til dine innlegg, mens de du følger, er de du får tilgang til. På privat profil må man godkjenne en følger-forespørsel.

bilder på en ”story”⁴ og sende såkalte direkteendinger⁵. Instagram har også de seneste årene utviklet seg til å bli en applikasjon hvor man kan ha private samtaler ved å sende direktemeldinger eller dele bilder privat med sine følgere⁶ og venner (Wikipedia, 2017⁷). Når man oppretter en profil, må man lage et brukernavn. Ved at man selv kan velge ønsket brukernavn, kan man forbli anonym. Dersom en profil er offentlig, kan alle like⁸ og kommentere innlegg som deles, mens det på privat profil kun er mulig for de som følger denne personen. Informantene referer til det engelske ordet ”likes”, som vil tas i bruk videre i oppgaven.

Publiserer man innlegg på Instagram, kan man skrive tekst under bildet, bruke ulike tegn (emotikon og emoji) og hashtags. Hashtag oversettes til det norske ordet emneknagg og defineres på denne måten: ”markering av ord i digital tekst, særlig i sosiale medier, med # foran ordet, for å lette søkbarheten” (Ordnett.no, 2017a). Dette er såkalte nøkkelord som samler bilder med samme tagg, og som er søkbare verden over. Jeg velger å bruke termen hashtag, da informantene mine bruker dette i intervjuene⁹, og fordi verbformen ”å tagge” vil gå igjen i eksempler jeg vil trekke fram. Ordet selfie er noe som går igjen når man snakker om sosiale medier og Instagram. Som nevnt over mangler norsk en god oversettelse av ordet. Kunnskapsforlagets ordbok på nett definerer selfie på denne måten: ”fotografi som en tar av seg selv med digitalt kamera, mobiltelefon eller lignende” (Ordnett.no, 2017b).

Når det er snakk om språk og tekst på Instagram, må vi snakke om et utvidet språkbegrep som inkluderer alle typer meningsbærende enheter. På bakgrunn av dette vil både verbalspråk og verbattekst tas i bruk videre i oppgaven. Min presisering av et utvidet språkbegrep er viktig, da dette inkluderer bokstaver, ord og semiotiske ressurser for øvrig. Den digitaliserte hverdagen og de moderne teknologiene har gjort det mulig å ta i bruk langt flere semiotiske ressurser enn det tradisjonelle tegnsystemet. Hashtag er en av bestanddelene som inngår i det utvidete språkbegrepet, emotikon og emoji er to andre. Når jeg har lest om tidligere forskning på feltet, har jeg blitt bevisst på hvordan emotikon og emoji blir tatt i bruk, og at begrepene ofte, både i

⁴ Funksjon som lar deg poste bilder og videoer som blir synlige for følgere i 24 timer.

⁵ Funksjon som lar deg sende live til følgerne dine

⁶ Følgere kan forklares som en form for ”venner”. Nye innlegg som publiseres vil bli synlig for de som følger denne personen. På offentlig profil må man godkjenne følger-forespørsler.

⁷ Jeg anser Wikipedia-siden om Instagram som fyldig, grundig og etterrettelig. Jeg velger derfor å bruke denne som kilde til bakgrunnsinformasjon om Instagram.

⁸ ”Å like” kommer av engelsk ”to like”. Instagram sin like-knapp er et hjerte-symbol. På mobil-applikasjonen fungerer dobbelklikk på et bilde, på samme måte som en like-knapp.

⁹ Videre vil jeg veksle mellom ”intervju” og ”samtale”. Dette er en stilistisk veksling, for variasjonens skyld, og ikke fordi jeg legger noe forskjell i de to.

forskning og i mediebildet generelt, blir brukt feil. Emotikon blir definert på følgende måte: "sammensatt skrifttegn som uttrykker en følelse (munterhet, sorg osv.), f.eks. smilefjes :-)" (Ordnnett.no, 2017c), mens emoji blir definert på denne måten: "lite, digitalt bilde eller symbol som uttrykker en følelse, gjenstand eller aktivitet" (Ordnnett.no, 2017d). Definisjonene over er de riktige definisjonene, og dette er de forståelsene av emotikon og emoji jeg kommer til å holde meg til i studien.

3 Teoretisk bakgrunn

Det sentrale teorigrunnlaget for oppgaven min, består av tilnæringsmåter hentet fra sosiolingvistikk, medievitenskap, mediepsykologi, sosiosemiotikk og literacy-feltet. Mye av teorien jeg bygger mine undersøkelser på, har fokus på SNS-er som for eksempel Twitter og Facebook. Som nevnt tidligere er det gjort relativt lite forskning på Instagram spesifikt, noe som betyr at mye av teorien er knyttet opp mot Facebook. Likevel er teorien relevant for min oppgave, da Instagram på mange områder har samme funksjon som Facebook.

3.1 Sosiolingvistiske tilnæringsmåter

Jeg vil i denne delen gå kort inn på utviklingen til det sosiolingvistiske forskningsfeltet. I og med at sosiolingvistikken er et omfattende fagfelt, har jeg vært bevisst på å avgrense meg, og på å trekke fram det som er relevant for min oppgave, og den studien jeg har gjennomført.

Avslutningsvis vil jeg si noe om hva som er spesielt for metoden innenfor sosiolingvistikken, da med tanke på mitt eget forskningsprosjekt.

Sociolinguists study the relationship between language and society. They are interested in explaining why we speak differently in different social contexts, and they are concerned with identifying the social functions of language and the ways it is used to convey social meaning (Holmes, 2013: 1).

Som vi kan se over, handler sosiolingvistikken blant annet om hvordan språk blir brukt, hvordan språk utvikler seg og lar seg påvirke av faktorer utenfra (jf. også Van Herk, 2012: 11). Språk rundt om i verden er i stadig endring, og det er flere faktorer som vil kunne spille inn på språkendring. Van Herk sier: "All spoken language change", og viser videre til at endringer mennesker gjør, blant annet vil være påvirket av den sosiale konteksten språk oppstår og blir brukt i (Van Herk, 2012: 60-61).

Sosiolingvistikken som forskningstradisjon har eksistert siden 1960-tallet og er et fagfelt som kan betegnes som tverrvitenskapelig, da sosiolingvistikken som forskningsfelt griper inn i flere fagfelt. Sentrale deler av det metodiske repertoaret og de metodiske verktøyene kommer blant annet fra sosiologi, lingvistikk og sosialantropologi (Akselberg og Mæhlum, 2011: 75). Quist mener at dersom man definerer sosiolingvistikken som "studiet af forholdet mellem sprog og samfund", er sosiolingvistikken et uendelig bredt forskningsfelt som i prinsippet kan ta for seg alt fra kritisk diskursanalyse og pragmatikk, til statiske variasjonsanalyser og sosiofonetikk (Quist, 2009: 109). Quist trekker fram to retninger innenfor sosiolingvistikken som er verdt å

nevne: Labov og Trudgills språkorienterte retning, og Fishman og Bernsteins samfunnsorienterte retning (ibid.). Denne oppdelingen gjør at sosiolingvistikken oppfattes som flerfaglig, snarere enn tverrfaglig. Quist mener at de ulike, nærliggende vitenskapene er sosiolingvistikkens fordel og bør ikke stå som to retninger på hver sin side av skalaen (Quist, 2009: 111). Opp gjennom sosiolingvistikkens historie har det vært motstridende tanker og meninger om hva fagfeltet innebærer og er. Felles for de gamle og de nyere sosiolingvistene, er imidlertid at de vil studere språklig variasjon på et empirisk grunnlag (Quist, 2009: 115).

Når man snakker om forandringer og utvikling innenfor sosiolingvistikken, og perioder innenfor sosiolingvistisk forskningstradisjon, snakker flere forskere innenfor feltet om såkalte "bølger". En kort presentasjon av disse bølgene vil kunne gi oss et noe klarere bilde på hva sosiolingvistikken faktisk er. Den første bølgen ble satt i gang av William Labov, og hans prosjekt i New York på 1960-tallet. Denne tradisjonen undersøkte sammenhengen mellom språklig variasjon og kategorier som klasse, kjønn, alder og etnisitet. Den første bølgen la fundamentet for de andre to bølgenes undersøkelser av språklig variasjon (Quist, 2009: 117-118). I den andre bølgen ble etnografien viktigere, da fokuset heller var på å oppdage sosiale kategorier, snarere enn å anta dem på forhånd. Innenfor denne bølgen anses Penelope Eckert som en av de viktigste representantene. Hennes fokus var på hvordan språklig variasjon lar seg påvirke av lokal betydning (Quist, 2009: 118). I den tredje bølgen, utover 1990-tallet, ble fokuset flyttet til å se på hvordan variasjoner i språk faktisk anvendes. Konstruksjon av identitet ble viktig, og det kanskje aller viktigste fokuset i denne bølgen var å se på hvordan språklig variasjon får sosial betydning (ibid.). Quist mener videre at en senmoderne sosiolingvistikk må erkjenne at språklige og sosiale praksiser er det samme og at "Den sproglige variation *er* den sociale kontekst som den uttrykker" (Quist, 2009: 122). Ved å erkjenne at dagens sosiolingvistiske forskningsfelt er bredt, innebærer det også at man som forsker på feltet inkluderer nye tenkemåter, innfallsvinkler og arenaer når man studerer språk. I denne sammenheng er det verdt å nevne en forståelsesmåte innenfor samfunnsvitenskapene som har blitt applisert på sosiolingvistiske studieobjekter, nemlig sosialkonstruktivismen.

Sosialkonstruktivismen antager, at virkeligheten hverken er objektiv eller skabt af individuelle subjekter. Men at virkeligheten er en social konstruktion, fordi sprogets definisjoner af fænomener sker i sprogets praktiske sociale anvendelse (Halkier, 2002: 28).

Det sosialkonstruktivistiske synet er altså sosialt orientert og innebærer på så måte at verden ikke vil fortone seg lik for ulike individer. Mennesker vil være relasjonelt orientert, og holdninger til for eksempel språk vil ut ifra dette være påvirket av samspillet som oppstår i den sosiale samhandlingen.

3.2 Sosiale medier

Som begrep ble sosiale medier først tatt i bruk i Norge rundt 2006, og det ble i årene etter et etablert begrep (Aalen, 2013: 15). Det eksisterer ikke en allmenn definisjon av sosiale medier, da begrepet på mange måter fungerer som et sekkebegrep for plattformer på internett. Aalen trekker fram to faktorer som kan være med på å gi en slags avgrensning og definisjon. Hun peker for det første på at det ikke eksisterer et klart skille mellom avsender og publikum i sosiale medier. En kan både produsere og konsumere i de fleste sosiale medier. Sosiale medier legger også til rette for mange-til-mange-kommunikasjon, noe eldre kommunikasjonsteknologi ikke har klart (Aalen, 2015: 19). Sosiale medier åpner altså opp for sosial interaksjon, og gjør det mulig for brukere å produsere, skape og dele tekst, bilder og video (Enjolras et al., 2013: 11). Sosiale medier har på mange måter gjort at skillet mellom kommunikasjonsmedier og massemedier har blitt mindre. Siden denne oppgaven omhandler bildedelingstjenesten Instagram, vil også mitt hovedfokus rette seg mot denne typen sosiale medier.

Tjenester som YouTube, Facebook, Twitter og Instagram inngår i undersjangeren sosiale nettverkstjenester (SNS) og er en kommunikasjonstjeneste på nett, som ifølge boyd og Ellison må oppfylle tre kriterier. Det første kriteriet er at hver bruker har sin egen profil, med innhold som er produsert av en selv, andre brukere og/eller systemet. Det andre kriteriet for SNS-er er at brukeren kan opprette relasjoner (venner og følgere), og at lista over relasjoner er synlig for andre brukere av SNS-en. Det tredje kriteriet er at brukeren kan konsumere, produsere og/eller interagere (like og kommentere) med nyhetsstrømmer av brukergenerert innhold på tjenesten (boyd & Ellison, 2007: 211). Denne typen sosiale medier har på mange områder blitt oppfattet som revolusjonerende, og muligheten man har til samhandling, utveksling og kommunikasjon innenfor et gitt nettverk, er noe av grunnen til dette (Enjolras et al., 2013: 23).

3.2.1 Sosiale medier og ungdom

Som nevnt ovenfor har det blitt publisert langt flere artikler, rapporter, undersøkelser og kronikker som omhandler internettbruk og ungdom. I flere publikasjoner og rapporter vektlegges

bruk av sosiale medier, og det er særlig fokusert på netthets og mobbing i sosiale medier. Jeg vil ikke begi meg ut på dette feltet, men bruke tall som omhandler tidsbruk og utbredelse av sosiale medier blant ungdom. Barn og unges mediebruk har endret seg de seneste årene. Kanalene de bruker, er langt flere enn tidligere, og nye medier er tatt i bruk. I tillegg har de sosiale rammene blitt endret og utvidet, og tidsbruken har økt kraftig ([BUF], 2017). Medietilsynet sin undersøkelse av barn og medier i 2016 viser at barn og unge er mer hjemme, men at de har mer kontakt med venner via sosiale medier. I dag bruker ungdom tre ganger så mye tid på internett som for ti år siden. Det er særlig aldersgruppen 16-24 år som viser en stor økning ([BUF], 2017). Man kan tenke seg at noe av grunnen til økt internettid kan ha å gjøre med at 97 % av de som deltok i undersøkelsen også sa at de har tilgang til mobiltelefon, og at 91 % har tilgang til smarttelefon (Medietilsynet.no, 2016: 14 og 18). Et nokså høyt antall bruker smarttelefonen til å ta eller dele bilder, og 71 % bruker den til å være på sosiale medier. Tall viser at tidsbruk på internett, sosiale medier og mobil jevnt over øker med alder for begge kjønn, men at det er en tendens til at jenter bruker mest tid på sosiale medier, mens guttene er de som bruker mest tid på ulike spill (Medietilsynet.no, 2016: 26). Nesten seks av ti unge, 76 %, bruker bildedelingstjenester som Instagram daglig (Medietilsynet.no, 2016: 54). Innenfor disse prosentene er det også noe ulikt mellom kjønn, og jentene er de som benytter seg av Instagram mest. Når det gjelder tilbakemeldinger på sosiale medier, i form av kommentarer og likes, er tendensen at andelen som mener det er viktig eller ganske viktig, øker med alderen, og at flere jenter enn gutter mener dette er viktig (Medietilsynet.no, 2016: 55).

3.3 Literacy som begrep

Det eksisterer mange definisjoner av literacy som begrep, og mange har ulik forståelse av hva det innebærer. Da den nye læreplanen, Kunnskapsløftet (LK06), kom i 2006, ble reformen omtalt som en literacy-reform. Planen vektla at den faglige kunnskapen skulle formidles gjennom et språklig og kulturelt fellesskap (Blikstad-Balas, 2016: 10). Videre har det vært utredninger og forskning rundt literacy som en del av de grunnleggende ferdighetene. I den offentlige utredningen *Fremtidens skole: fornyelse av fag og kompetanse* (NOU 2015:8) forstås literacy som det "å kunne kommunisere og delta i ulike samfunnsmessige og kulturelle sammenhenger" (NOU 2015:8: 34). UNESCO har kommet med flere forsøk på å definere literacy som begrep. I 2004 definerte de literacy på følgende måte:

Literacy is the ability to identify, understand, interpret, create, communicate and compute, using printed and written materials associated with varying contexts. Literacy involves a continuum of learning in enabling individuals to achieve their goals, to develop their knowledge and potential, and to participate fully in their community and wider society (UNESCO, 2004: 13).

I UNESCOs rapport *Education for all. Literacy for life* fra 2005, defineres literacy på denne måten:

The most common understanding of literacy is that it is a set of tangible skills – particularly the cognitive skills of reading and writing – that are independent of the context in which they are acquired and the background of the person who acquires them. (UNESCO, 2005: 149).

Det ville vært mulig å liste opp utallige definisjoner på literacy som begrep, men jeg vil med dette som bakteppe gå nærmere inn på hva literacy faktisk er, og se på hvilken måte literacy er relevant for studier av tekstskepingsprosesser og språk på sosiale medier.

3.3.1. Hva er literacy?

I dagens samfunn omgir vi oss med tekst nærmest hele tiden, og tekstsamfunnet vårt har utviklet seg og blitt langt bredere. Det å forholde seg til tekst har blitt en av de alle viktigste kompetansene et menneske må ha for å kunne ta del i tekstsamfunnet. For å kunne ta del i et slikt tekstsamfunn må man ha ferdighet til å navigere klokt, og dette kalles literacy (Blikstad-Balas, 2016: 9). Literacy er evnen til å lese og skrive, og i sin opprinnelige form snakket man gjerne om hva man kan *gjøre* med bokstaver. Det "å ha literacy" omfatter altså å beherske alfabetet og skape mening med verbalspråk (ibid.). I utvidet forstand kan man snakke om hvordan skape mening med tekster (Blikstad-Balas, 2016: 10).

Literacy er et etablert begrep i skolesammenheng og har eksistert i lang tid, men de senere årene har literacy-begrepet fått et utvidet innhold. Først og fremst er det ikke bare verbalspråket som kan formidle innhold. Det mer moderne synet på literacy er at det eksisterer en visshet om at ulike modaliteter, som for eksempel lyd, bilder og verbalspråk, sammen kan formidle et innhold. Det eksisterer altså en tanke om at bokstaver, ord og tekster alltid opptrer i en større sammenheng ut ifra en sosial og kulturell karakter, og at dette vil kunne være med på å påvirke hvordan tekster blir skrevet, lest og oppfattet (Blikstad-Balas, 2016: 10). Innenfor literacy-feltet står multimodale tekster sentralt. En multimodal tekst kan i en slik sammenheng ses på som en tekst som kommuniserer gjennom å anvende flere ulike modaliteter (Christensen, 2016: 4). For å kunne forstå språk på internett mener Barton og Lee at det er viktig å forsøke å forstå hvordan ulike modaliteter jobber sammen for å forme sammenhengende internett-baserte tekster. Slike

modaliteter inkluderer alt fra muntlig og skriftlig språk, til bilde og lyd (Barton & Lee, 2013: 29). Ulike modaliteter kan kombineres og settes sammen på forskjellige måter, og kan skape ulik mening for de som leser og ser en tekst. Slike multimodale tekster åpner også opp for at det kan være flere bidragsytere til en og samme tekst (Barton & Lee, 2013: 30).

3.3.2 Literacy og sosiale medier

Når man snakker om literacy, er det flere perspektiver som gjør seg gjeldende. Et av perspektivene som er verdt å nevne, er literacy som sosial praksis. Jeg vil videre se på hvordan literacy fungerer som sosial praksis, og hvordan literacy og sosiale medier henger sammen.

Innenfor literacy-perspektivet er det flere faktorer som spiller inn, blant annet er det viktig å gå nærmere inn på det sosiokulturelle perspektivet på literacy. Særlig innenfor lingvistisk antropologi og sosiolingvistikk har forskere vært opptatt av å se på hva mennesker gjør med tekst og språk i ulike sosiale sammenhenger. Innenfor et sosiokulturelt literacy-syn er det fokusert på at tekst, språk og kommunikasjon alltid vil foregå innenfor en større sosial kontekst (Blikstad-Balas, 2016: 18). Sosiokulturelle literacy-forskere har studert hvordan tekster og språk blir tatt i bruk på en rekke ulike arenaer, og fokusert like mye på konteksten som på teksten som blir produsert. Forskning har vist at konteksten der lesing og skriver oppstår, og er en del av, på en eller annen måte har betydning (ibid.). Schoenbach og Greenleaf (2009) skriver: "Literacy is understood as a social, cultural, and cognitive activity shaped by particular communities and by the particular situations and contexts in which reading and writing occur" (Schoenbach & Greenleaf, 2009: 99). Denne definisjonen av literacy kan si oss noe om hva som påvirker literacy. Basert på dette, kan man med sikkerhet si at literacy er i stadig endring, da de sosiale rammene hvor en tekst oppstår vil være skiftende, og formålet til en tekst vil være påvirket av dette (Blikstad-Balas, 2016: 21).

Innenfor literacy eksisterer det også ulike innganger til ulike retninger innenfor feltet. Jeg kunne nevnt flere retninger, men jeg vil i all hovedsak trekke fram "media literacy" og "new literacies". Media literacy handler først og fremst om de kompetansene man som tekstprodusent må inneha for å kunne benytte seg av de nye medieformene og måtene å bruke disse på (Blikstad-Balas, 2016: 27). Media literacy vektlegger kompetanse i å bruke, forstå og skape ulike medietekster (Blikstad-Balas, 2016: 28). Mens media literacy i første omgang dreier seg om kompetanse til å skape ulike typer medietekster, markerer "new literacies" noe nytt knyttet til literacy (Blikstad-Balas, 2016: 31). Man kan se new literacies som noe nytt på to måter: det ene

er at det utgjør et paradigmeskifte, hvor det brytes med tidligere literacy-forskning (ibid.). Det andre er at det er noe nytt ontologisk, hvor det legges til grunn at fenomenet literacy har fått nye elementer, i hovedsak på grunn av samfunnsendringer, nyvinninger innenfor teknologi og globalisering (Blikstad-Balas, 2016: 32). Innenfor den nye tilnærmingen til literacy står internett, de nye tekstformene og kommunikasjonsmåtene som internett har ført med seg, sentralt. Internett har vært med på å endre hva literacy er, og har på mange måter endret måten vi tenker på tekst på, og hvordan vi som leser og produsent møter tekster (Blikstad-Balas, 2016: 33). Literacy i digitale former har i langt større grad enn tidligere basert seg på samarbeid. Dette har blant annet fordret mer aktiv deltakelse og har mer eller mindre brutt ned de tradisjonelle skillene mellom forfatter og leser (ibid.). Det at tekster i dag består av flere bestanddeler, og av mange uttrykksformer og modaliteter, har gjort at literacy-begrepet blir for snevert. Dette har ført til at flere har tatt i bruk "multiliteracies" som begrep, da dette er mer dekkende (Sjøhelle, 2013: 109). I denne sammenheng er det naturlig å trekke fram Anne Løvland sin artikkel om multimodalitet og multimodale tekster. Hun skriver at ulike bestanddelene i en multimodal tekst ofte inngår i et multimodalt samspill. En av to typer samspill Løvland legger vekt på, kalles multimodal redundans og handler om at de ulike modalitetene formidler den samme informasjonen, men på forskjellige måter. Den andre formen for samspill kalles funksjonell spesialisering, og handler om at ulike modaliteter har spesialiserte funksjoner i kommunikasjonshandlingen (Løvland, 2010: 2). Multimodal redundans mellom skrift og bilde handler på så måte ikke om at det skal foregå en identisk gjentakelse, men at meningsinnholdet på en eller annen måte blir uttrykt gjennom begge modalitetene.

Uavhengig av hvilken tjeneste på internett som brukes, forholder ungdom i dag seg til sammensatt tekst på en eller annen måte gjennom verbaltekst, bilder og/eller lyd (Blikstad-Balas, 2016: 51). De nye sosiale mediene har bidratt til en utvikling hvor literacy har blitt nettbasert. Nettbasert literacy er mindre lineær enn vanlig lesing av tekst, og det er større innslag av det multimodale. Skriftegn kombineres ofte med andre semiotiske ressurser og modaliteter for å skape mening ut av teksten. Bruk av bilder har blitt mer populært, og skillet mellom produsent av tekst og den som leser teksten, har blitt mer utydelig (Blikstad-Balas, 2016: 52). Man kan se en dreining fra verbaltekst til bilder, og tekster har på så måte gått fra å være en (verbal-)språklig enhet, til å bli stadig mer visuell. Denne utviklingen er med på å gi den som skriver, større muligheter, og den som leser får flere semiotiske elementer å forholde seg til (Blikstad-Balas,

2016: 53-54). Multiliteracies, som jeg nevnte over, vektlegger det språk- og tekstbegrepet jeg vil holde meg til, nemlig at alt er språk. Den digitaliserte hverdagen har gjort at man må forholde seg til emojier og emotikon i tekstproduksjon. De ulike tegnene må tolkes ut fra konteksten og det verbalspråket de står i sammenheng med (ibid.). Dette åpner opp for mer tolkning, da leseren ofte må forholde seg til et større samspill av modaliteter. Bruken av ulike modaliteter og det relativt frie tolkningsrommet kan i noen situasjoner komplisere ting, da for eksempel en emoji kan oppfattes ulikt fra mottaker til mottaker.

Det er mange ulike semiotiske ressurser som i dag er med på å forme en tekst, og som skaper mening. I tillegg til for eksempel emojier er det flere sosiale medietjenester som opererer med "likes", som er en av flere måter å motta positiv eller negativ tilbakemelding på. At et innlegg eller et bilde har mange likes eller kommentarer, kan være med på å endre måten det oppfattes og leses på (Tobin et al., 2015: 39). Likes markerer at man er positiv til det som er publisert og vil kunne påvirke hvordan den gitte teksten leses (Blikstad-Balas, 2016: 57). Denne formen for utvidet meningsskapning har også endret maktrelasjonene mellom forfatter og leser i stor grad. En av de viktigste endringene som har skjedd, er muligheten til selvpublisering. Man trenger ikke lenger formell godkjenning for å kunne publisere en tekst til et så å si ubegrenset publikum (Lai & Turban, 2008: 388-389). Leserene av digitale tekster i sosiale medier har også fått en langt bredere rolle. Blant annet har maktforholdet mellom forfatter og leser endret seg, da vi i dag kan kommentere på tekster som publiseres på nett. Interaktiviteten avhenger ofte av at man både leser og skriver, og på så måte blir ofte leserens tilbakemeldinger en del av den opprinnelige teksten (Blikstad-Balas, 2016: 58).

3.4 Selvfremstilling, mottakerbevissthet og tekstproduksjon i sosiale medier

Den kognitive forskningstradisjonen innenfor literacy-feltet har blant annet sett på hvilke mentale strategier som tas i bruk i ulike situasjoner med tekst, for eksempel lesestrategier i møte med tekst, hva vi som leser, tenker om egen forståelse av tekst og evnen til selvregulering (Blikstad-Balas, 2016: 17). Evne til selvregulering går først og fremst på hvordan man planlegger og retter på egen lesing og skriving. Det har samtidig blitt forsket på hvordan motivasjon og engasjement kan påvirke måten vi som produsent av en tekst kan forstå og produsere en tekst på. Den kognitive skriveforskningen handler som vi kan se over, i stor grad om hvordan vi produserer tekster og hva som kan, og vil, påvirke en skriveprosess (ibid.).

3.4.1 Selvfremstilling og mottakerbevissthet

Med den sosialkonstruktivistiske "bølgen" i sosiolingvistikken utvikling, ble det et større fokus på bruk av språk som middel til selviscenesettelse. Som nevnt ble studier innenfor denne bølgen ofte sentrert rundt hvordan vi skaper sosiale identiteter gjennom språkbruk. Det vil på bakgrunn av dette være nødvendig å gå nærmere inn på selvfremstilling og mottakerbevissthet.

Når man studerer fenomener på internett, da også språk, er identitet og fremstilling sentrale tema. Barton og Lee trekker fram noe Grandall (2007) kaller for *presentasjonskultur*, som går på at folk hele tiden tenker på hvordan man ønsker å fremstå, og ikke minst presentere seg selv. De nye digitale mediene gjør det mulig for folk å dokumentere og vise fram livet sitt, både "offentlig-privat" og "privat-offentlig" (Barton & Lee, 2013: 68). Begge disse formene for publisering går på at det som publiseres, og den som publiserer, på en eller annen måte kontrolleres. Ved å kunne bestemme hva som publiseres, og hvordan dette publiseres, har måten vi ser på oss selv, endret seg. Identitet på internett handler ikke bare om hvem vi er, men også om hvem vi ønsker å være for andre og hvordan andre ser oss. Internett gjør det mulig for avsenderen å ta på og av en slags maske i ulike situasjoner. Denne selvfremstillingen skaper rom for at folk kan konstruere ulike egenskaper og fremstille seg selv på ulike måter (ibid.). I denne sammenhengen er Erving Goffmans begrep "frontstage" og "backstage" verdt å nevne. Goffman mener man i sosiale situasjoner inntar ulike roller og tilpasser seg det publikummet man har (Goffman, 1992: 114). Han betegner frontstage som en form for fasade, hvor man spiller ut sin rolle foran et publikum (Goffman, 1992: 96), mens "backstage" på sin side, viser til situasjoner hvor man kan tre ut av sin faste rolle. Man kan innta en mer avslappet og "ekte" væremåte som man gjerne har sammen med nær familie eller venner (Goffman, 1992: 98-99). Goffman mener at slike roller gjerne faller seg naturlig, og at ulike sosialiseringsmønstre gjerne er noe man vet, på bakgrunn av det samfunnet man kjenner til (Goffman, 1992: 66-67).

På Facebook har hovedtendensen vært at folk oppretter profiler med bilde og fullt navn. Aalen (2015) peker på at noe av grunnen til dette kan være at folk ønsker å få oppmerksomhet rundt postene sine og reklamere for seg selv og sitt (Aalen, 2015: 68). På Instagram kan man i langt større grad gå bort fra dette og velge sin egen identitet basert på hvem man ønsker å være, og hvordan man ønsker å framstå. På nesten alle sosiale medie-plattformer i dag er det vanlig å opprette en bruker med et brukernavn. Det er ingen krav om å lage et brukernavn som er identifiserende, og på denne måten kan man forholde seg anonym. Barton og Lee mener at dette

kan være positivt med tanke på kreativitet og lekenhet (Barton & Lee, 2013: 69). En av de vanligste måtene å gå frem på for å vise hvem man er på sosiale medier, er å dele hvem man omgås, hva man er opptatt av og hva man gjør (Aalen, 2015: 63). Språkbruk, sjargong og referanser til kultur og humor er også en viktig del av presentasjonen av seg selv og hvem man er. Selvfremstilling og selvrepresentasjon handler også om å vise hvordan man ser ut, og det er ofte mye fokus på å se bra ut (Aalen, 2015: 65). Her kan vi se en viss forbindelse mellom mediesosiologisk og sosiolingvistisk forskning, da begge felt handler om hvordan man bruker språk til å fremstille seg selv, i nokså vid forstand. Dette fellestrekket, er med på å understreke hvorfor det er meningsfylt å trekke inn den sosiolingvistiske tilnæringsmåten på dette feltet.

Barton og Lee mener at språkvalg er en av de mest fremtredende praksisene innenfor identitetsmarkering. På sosiale medie-plattformer kan man fremstille seg selv på forskjellige måter ved å ta ulike språkvalg, og ved å ta i bruk lingvistiske ressurser man innehar som produsent av en tekst (Barton & Lee, 2013: 18). Barton og Lee snakker om noe de kaller "stance-taking"¹⁰. Dette går først og fremst på at man som to- eller flerspråklig hele tiden må ta et valg når det kommer til valg av språk og dialekt (Barton & Lee, 2013: 31). Det å ta et bevisst, eller mer eller mindre bevisst, valg når det gjelder språk og dialekt, er med på å bygge opp under identitetsdanningen og kan si noe om måten man ønsker å fremstilles på. Det er også viktig å presisere at publikum ofte kan være med på å påvirke språkvalg når en tekst skal produseres. Barton og Lee mener det er tre hovedgrupper når man snakker om tiltenkt publikum: det ukjente publikumet, "venner" og venner man også omgås i hverdagen utenfor internettet. Barton og Lee har i sine undersøkelser av sosiale medie-plattformen Flickr sett at produsenter ofte tilpasser språket sitt ut i fra hva slags publikum man forholder seg til (Barton & Lee, 2013: 56). Ofte blir deres felles språk tatt i bruk dersom de kjenner hverandre i virkeligheten, mens for eksempel engelsk brukes når publikum er ukjent (Barton & Lee, 2013: 57).

Tina Thode Hougaard skrev i 2015 en artikkel om identitetskonstruksjon på internett. Hun skriver at identitet blant annet kan forstås som et menneskets bevissthet om sin egen personlighet og individuelle særpreg (Hougaard, 2015: 107). Hun trekker linjer til sosialkonstruktivismen og menneskers fokus på å være relasjonelt orientert, som er sentrale tema innenfor sosiolingvistikken. Betydningen av våre ytringer skjer i et slags fellesskap, hvor responsen vi

¹⁰ "Stance" er et mye brukt begrep i interaksjonell sosiolingvistikk generelt. Jeg har valgt å bruke begrepet i sin "originale" form videre i oppgaven.

mottar på det vi sier og gjør, til dels vil kunne ha noe å si på vår selvoppfattelse og handlinger (ibid.). Hougaard skriver at når man publiserer noe i sosiale medier, er dette en refleksiv fremstilling av den enkeltes identitet, altså en selv fremstilling. Dette er fordi vi på internett presenterer og fremstiller oss selv med de midlene vi har til rådighet og de rammene det gitte mediet gir oss adgang til (Hougaard, 2015: 111). Ønsket om å fremstå på en bestemt måte handler i bunn og grunn om at vi ønsker å påvirke hvordan folk ser på oss. Aalen mener at dette også kan gå andre veien. I det vi vet at andre ser på oss, kan vi begynne å se på oss selv utenfra. Det å være bevisst på at andre ser på oss, gjør også at vi blir bevisst på oss selv. Dette fenomenet kalles *public commitment* (Aalen, 2015: 66).

Forskning som er gjennomført og kampanjer som for eksempel *#bakfasaden* (VG) og *Facebook for real* (Unghjelp) gir støtte til at det i utgangspunktet er de bra tingene og sidene av oss selv som kommer frem i sosiale medier (Aalen, 2015: 55). Det vi misliker ved oss selv, velger vi å utelukke, mens det vi vet andre kan like, og det vi liker ved oss selv, fremstilles og forsterkes (Aalen, 2015: 57). Selv om selv fremstillingen er noe mange av brukerne av sosiale medier er bevisst på, er det også viktig å tenke på publikummet. Som vist tidligere, er det blant ungdom i dag vanlig med både offentlige og private brukere på Instagram, og på de ulike profilene vil det kunne være et nokså sammensatt publikum (Blikstad-Balas, 2016: 61). Aalen viser til studier av muntlige samtaler og trekker fram at det først og fremst er med nære venner vi deler følelser og negative opplevelser, og at jo mindre vi kjenner noen, jo mer overflatiske blir samtalene (Aalen, 2015: 57). Dette kan muligens også overføres til hva folk velger å publisere på sosiale medier, da vi ofte har å gjøre med et ganske så stort og sammensatt publikum.

Bevissthet er et nokså innfløkt tema, og noen vil nok hevde at alt vi ytrer, er styrt av en form for bevissthet, selv om den ikke trenger å være nevneverdig sterk. I og med at bevissthet er et ord som vil gå igjen i både analyse og drøfting, er det hensiktsmessig at jeg kort kommenterer bruken av "bevissthet" versus "mer eller mindre bevisst". Alan Bell sier at prinsippet for språklig stil først og fremst bunner i at mennesker snakker ulikt i forskjellige sosiale settinger. Språkstil betyr at språkbrukere har alternativ eller valg i enhver språksituasjon (Bell, 1997: 240). Florian Coulmas sier at språkplanlegging¹¹ involverer det å ta språkvalg, og at slike valg ikke trenger å være rasjonelle eller videre begrunnet (Coulmas, 2013: 206). Alle språklige valg kan tenkes at

¹¹ Coulmas bruker "language planning" om språkvalg på individnivå. Selv om "språkplanlegging" stort sett blir brukt om språkstyring på samfunnsnivå, velger jeg å bruke denne oversettelsen her, da dette er uttrykket han bruker.

rettes mot en hensikt, selv om man ikke har en klar tanke om handlingen. Disse innfallsvinklene gjør at det vil være mest dekkende for meg å bruke "mer eller mindre bevisst" og "bevisst" når jeg snakker om språklige valg som blir tatt videre i oppgaven.

3.4.2 Tekstproduksjon og tekstskapingsprosess

Når vi snakker om Facebook og Instagram, snakker vi også om noe som kalles sosio-digital-syntaks. Dette går først og fremst på at man kan tagge hverandre og kommentere på det som publiseres. Dette gjør at flere bidragsytere blir inkludert i teksten, og tekstskapingsprosessen som på en måte var ferdig ved publisering, fortsetter (Blikstad-Balas, 2016: 60). De aller fleste brukere på Facebook og Instagram har fokus på det personlige og sosiale, noe som kan omtales som et biografisk narrativ om deg selv. Et biografisk narrativ kan bli til gjennom tekster og bilder som både produsent og mottaker har bidratt til (ibid.). Ved at det ofte kan være flere bidragsytere til en tekst, kan man si at tekster på internett ikke nødvendigvis er like stabile som trykte tekster. Internett-baserte tekster er på så måte mer flytende og i konstant endring, da det blant annet gjøres mulig for flere å bidra til produksjon av en gitt tekst. Ulike mennesker kan bidra, og som leser får man også mye mer kontroll (Barton & Lee, 2013: 26-27). I dag brukes medier i stor grad som en plattform hvor vi kan ha språklig kontakt med samfunnet generelt og ikke minst hverandre (Hjarvard, 2007: 43). Hougaard skriver at den språklige kontakten i dag kan føre til at det oppstår såkalte "medialekter", som er mer mediespesifikke språkformer tilpasset mediene som tas i bruk (Hougaard, 2014: 43). Hougaard trekker blant annet fram at de tekniske kravene til de ulike sosiale mediene, og den nettverksbaserte sosiale organiseringen kan spille inn på endringer i for eksempel stavemåter og syntaks (ibid.). Et eksempel på at medialekter utvikler seg i takt med nyvinninger og utvikling av nye teknologiformer, er hashtags. Hashtags blir ofte brukt som en form for metakommunikasjon på Instagram (Hougaard, 2014: 44). Dette er også med på å skape en forbindelse mellom mediesosiologien og forskning på selvframstilling i sosiolingvistikken, da begge forskningstradisjonene handler om hvordan vi bruker språk til å fremstille oss selv.

"Likes-kulturen" på sosiale medier har flere funksjoner. Det å få likes kan både fungere som noe sosialt og relasjonsbyggende. Likes kan også si noe om hvor godt likt noe er, eller hvor populær noen er. Det man kaller likes-kultur, har gjort brukere av blant annet Facebook (og trolig også Instagram) mer strategiske. Studier viser at produksjon av noe som skal publiseres, ofte er mer gjennomtenkt, og at tekstprodusenten tenker på hvorvidt det som publiseres, kan generere

mange likes (Blikstad-Balas, 2016: 62). Forventninger om respons kan på så måte være med på å styrke tekstpraksisene i sosiale medier. Berit Skog, som har gjort mye forskning på Facebook, peker på at tekster ikke nødvendigvis bare bedømmes ut ifra innhold eller form, men også ut ifra hvilken respons de har fått av mottakere (Skog, 2012). Sosiale medier handler i stor grad om å iscenesette en positiv fremstilling av seg selv, og på Instagram er det blant annet lagt opp til at brukere kan gi hverandre tilbakemeldinger som blir en del av den originale teksten (Blikstad-Balas, 2016: 63). Med dette som bakgrunn kan man si at en tekst som produseres og publiseres på Instagram, sjelden er ferdig, fordi man kan fortsette å endre på tekstene. I tillegg er mottakerne med på å styrke statusen teksten får ved hjelp av likes og kommentarer (ibid.).

4 Metode

Alle fag og fagfelt har sine metodiske framgangsmåter. Den opprinnelige betydningen av ordet metode er "veien til målet" (Kvale og Brinkmann, 2009: 99), og metode er å samle inn, behandle og analysere datamateriale (Akselberg og Mæhlum, 2011: 74). Metode som begrep har en vid betydning og kan brukes på mange ulike måter. Dette gjør at forskere kan ha nokså ulik vektlegging av empiriske data og kan legge noe annet i metode, enn det som blir nevnt her. Metoden man velger når man skal gjennomføre forskningsstudier, avhenger av mange ting. Derfor er det viktig å være bevisst på at forskjellig informasjon kan innhentes ved hjelp av for eksempel spørreskjema med standardiserte svaralternativer, og intervju. Valgt metode vil på så måte styre hele undersøkelsen og retningen kan vise seg å bli nokså ulik (Akselberg og Mæhlum, 2011: 74-75).

Innsikten jeg vil komme frem til, skal jeg få gjennom bearbeiding av to datatyper, og dette vil styre metodevalgene mine. I min oppgave vil analysen basere seg på transkripsjoner fra to ulike samtaler og informanter, i tillegg til to innlegg fra offentlige kontorer på Instagram og to innlegg fra private kontorer. Jeg vil først kommentere valg av forskningsmetode og deretter si noe kort om den kvalitative forskningstradisjonen. Videre vil jeg ta for meg relevante vitenskapsteoretiske perspektiver og reflektere rundt min egen førforståelse, før jeg vil gå nærmere inn på min egen undersøkelse. Her vil jeg gjøre rede for hvordan jeg har jobbet med utarbeidelse av intervjuguide, hvordan jeg har valgt ut informanter og digitale tekster, og hvordan gjennomføring av informantsamtaler har foregått. Jeg vil til slutt gå inn på forskningsetikk og forskerrollen, før jeg vil avslutte med å kommentere databearbeidelse og analyseverktøy.

4.1 Valg av forskningsmetode

David Barton og Carmen Lee (2013) mener at for å forstå skriving innenfor internett-baserte miljøer, må man kople tekst og praksiser sammen.

Without looking closely at the texts, we would not be able to understand the actual linguistic products of activities online; and without observing users' lives and beliefs about what they do with their online writing, we would not be able to see the dynamics of language online (Barton & Lee, 2013: 167).

Sitatet over peker på viktigheten av å studere prosessene bak publisering av tekster på digitale plattformer, og er med på å understreke relevansen ved å nærstudere enkeltindividers valg underveis. Dette ble styrende for mine metodevalg. Ved å studere prosessen og produksjonen bak

får man innblikk og mulighet til å forstå språk på internett fra tekstskaperen sitt perspektiv. Med dette som bakgrunn mener Barton og Lee at en "mixed-method approach" er nødvendig. Ingen enkeltstående metoder er tilstrekkelig for å kunne si noe om både teksten og praksisene som omgir teksten, og med en slik tilnærming kan man bevege seg fram og tilbake mellom face-to-face-metoder og mer internett-rettete metoder (Barton & Lee, 2013: 167).

"Et overordnet mål for kvalitativ forskning er å utvikle forståelsen av fenomener knyttet til personer og situasjoner i deres sosiale virkelighet" (Dalen, 2004: 16). Kvantitativ forskningsmetode skiller seg fra kvalitativ ved at det fokuseres på mengde, mens kvalitativ forskning kan sies å ha som mål å klargjøre et fenomens karakter eller egenskaper. Kvalitativ forskningsmetode er på så måte mer innholdssøkende enn kvantitativ (Widerberg, 2011: 15). Metodene i seg selv er ikke enten kvalitative eller kvantitative, men de datasettene man som forsker tar i bruk, er enten det ene eller det andre. Dersom man bruker intervju som metode, må den spesifikke metoden tilpasses det formålet som metoden skal tjene.

Innenfor kvalitativ forskning inkluderer man både forskeren og subjektet som såkalte verktøy. Denne formen for forskning baserer seg i stor grad på det empiriske (Widerberg, 2011: 18). Basert på dette har man innenfor det kvalitative forskningsfeltet ulike metoder man kan bruke. Den første metoden jeg vil trekke fram, er intervju. Her vil forskeren ta i bruk samtaleformen for å innhente opplysninger, fortellinger og forståelse rundt et gitt tema. For å unngå at et intervju blir veldig strukturert og standardiser, er det vanlig å utforme en intervjuguide som vil kunne variere fra intervjuperson til intervjuperson (Widerberg, 2011: 16). En annen metode som kan bli tatt i bruk innenfor kvalitativ forskning, er tekst- og bildeanalyse. Her vil ikke forskeren interagere med kroppslige eller direkte språklige uttrykk. Det som er en avgjørende forskjell mellom bilde- og tekstanalyse og intervju, er at materialet i bilde- og tekstanalyse allerede foreligger, og dermed ikke kan påvirkes av forskeren (Widerberg, 2011: 16-17). Innenfor denne metoden vil det være et langt bredere tolkningsrom, da forskeren blir både leser og fortolker. Gjennom intervju vil man kunne få fram hvordan folk forstår noe, og gjennom bilde- og tekstanalyse kan man se fenomenet gjennom bilder og tekst. Ulike metoder og forskjellige materiale kan også ses på samtidig, og på denne måten kan flere sider belyses innenfor et og samme fenomen (Widerberg, 2011: 17). På mange måter utfyller de ulike kvalitative innfallsvinklene hverandre, og kan derfor gjerne kombineres, noe jeg har gjort i min oppgave (ibid.).

4.2 Vitenskapsteoretisk perspektiv

Kvalitativ forskning tar i bruk ulike tilnærminger i analysen av det materialet som er innhentet. Som nevnt over kan vi se at de ulike tilnærmingene har noen fellestrekk. Felles for de ulike tilnærmingene som jeg vil ta i bruk, er at de alle har en fortolkende tilnærming til materialet som skal behandles (Dalen, 2004: 19). Dalen trekker inn to analytiske tilnærminger innenfor kvalitativ forskning, nemlig hermeneutikken og fenomenologien. Jeg har valgt å gå nærmere inn på hermeneutikken, fordi denne retningen vil være mest relevant for mine undersøkelser.

4.2.1 Hermeneutisk tilnærming

Hermeneutikken betyr "læren om tolkning". Denne retningen er med på å danne et vitenskapsteoretisk fundament innenfor kvalitativ forskning, da det legges mye vekt på forståelse og fortolkning (Dalen, 2004: 20). En slik forståelse og tilnærming legger vekt på sammenhenger og fortolkning for å kunne si noe om et dypere meningsinnhold. Et budskap kan på så måte forstås innenfor en større helhet, og i samspillet mellom helheten og mindre deler, mellom forsker og tekst, og ikke minst forskerens førforståelse (ibid.). Formålet med den hermeneutiske fortolkningen er altså å oppnå en forståelse av hva en tekst betyr og kan være med på å gi forskeren analytiske verktøy for å kunne bli mer oppmerksom i intervjusituasjonen og innblikk i de fortolkningsmulighetene som eksisterer (Kvale og Brinkmann, 2009: 69-70). Særlig begrepene samtale og tekst står sentralt innenfor den hermeneutiske tradisjonen, og det legges stor vekt på tolkerens forhåndskunnskap om teksten (Kvale og Brinkmann, 2009: 69). Dette vil jeg komme tilbake til nedenfor, når jeg skal kommentere min egen førforståelse og dens relevans for oppgaven og metodevalg forøvrig.

4.2.2 Min egen førforståelse

Som forsker vil man alltid ta med seg egne erfaringer, kunnskap og meninger. Det vil være naturlig og nødvendig at man har tanker om temaet som er valgt, og en viss formening om hva som skal finnes ut av (Dalland, 2012: 121). Førforståelsen omfatter med andre ord meninger og oppfatninger vi på forhånd har med tanke på fenomenet som skal studeres (Dalen, 2004: 18). Monica Dalen skriver: "Bevisstheten om egen førforståelse gjør forskeren mer sensitiv når det gjelder å se muligheter for teoriutvikling i eget intervjumateriale" (ibid.). En del av jobben til forskeren er å fortolke informasjonen som hentes inn. Denne fortolkningen bygger i første omgang på de direkte uttalelsene informantene har, men kan videre utvikles gjennom dialog mellom forskeren og det materialet som er innhentet. Det er i dette spenningsfeltet, mellom

forskerens forforståelse og aktuell teori, at fenomenet som studeres kan påvirke fortolkningen (Dalen, 2004: 19). Intervjuer innebærer at forskeren bruker seg selv, og på denne måten vil all data som på en eller annen måte foregår i interaksjon med informantene, passere forskeren. Forskeren blir dermed et instrument som fanger opp og behandler data (Dalland, 2012: 121).

Når det gjelder valg av tema til oppgaven, ønsker jeg å ta for meg et felt jeg selv kjenner en viss tilknytning til. Jeg ønsker å skrive om noe jeg selv har tanker og formeninger om, og en viss nærhet til. For det første skriver jeg en del selv, særlig på digitale tekstarenaer. Min bakgrunn fra nordiske fag gjør at jeg reflekterer mye rundt min egen tekstskapingsprosess. Når jeg og mine venninner publiserer tekst på sosiale medier, er jeg bevisst på prosessen rundt publiseringen, og jeg finner det interessant å høre hvordan de foretar valg når de publiserer multimodale tekster. Jeg har i tillegg vokst opp på den tiden da internett først kom, og har vært med på utviklingen som har skjedd med både internettbruk og smarttelefoner. Jeg har siden Instagram kom, vært hyppig bruker av bildedelingstjenesten. I og med at jeg selv har en profil på Instagram, og jevnlig legger ut bilder der, får jeg som forsker en innside-forståelse til min egen forskning. Med tanke på informantene mine har jeg to ulike roller. Noen ganger er jeg en vanlig følger, mens andre ganger er jeg utelukkende ukjent besøkende og forsker. Barton og Lee mener at grensene mellom ulike roller i mange situasjoner kan bli visket ut, men at dette kan være positivt for forskningen. Det er viktig å kunne kjenne seg igjen i det som forskes på, og kjenne til miljøet forskningen skjer innenfor (Barton & Lee, 2013: 176).

4.3 Min egen undersøkelse

I det følgende vil jeg komme inn på forberedelser jeg har gjort med tanke på skriving av intervjuguide, informantutvalg, utvalg av digitale tekster og informantsamtaler.

4.3.1 Arbeid med intervjuguide

En intervjuguide omfatter temaer og spørsmål som samlet skal dekke de viktigste områdene studien skal belyse (Dalen, 2004: 29-30). Det å utarbeide en intervjuguide kan være en krevende prosess, da dette handler om å omsette studiens overordnede problemstillinger til mer konkrete tema og spørsmål knyttet til disse (Dalen, 2004: 30). Det som har vært viktig for meg i arbeidet med intervjuguide, er å gjøre spørsmålene konkrete, men likevel ikke for bindende. De skulle fungere som rettesnorer og en hjelp til å huske temaene vi skulle snakke om.

I utgangspunktet trodde jeg at jeg ville gjennomføre ett intervju med begge informantene, men etter en samtale med veilederen min, rådet han meg til å gjennomføre intervjuet i to deler.

Jeg strukturerte spørsmålene rundt en generell intervjudel og en mer detaljpreget intervjudel. Jeg strukturerte intervjudel 1 (S1)¹² rundt spørsmål knyttet direkte til sosiale medier og informantenes forhold til Instagram. Intervjudel 2 (S2)¹³ ble delt i to deler. Første del var mer generell, og tok for seg spørsmål knyttet til publisering, tidsbruk, detaljfokus og mottakerbevissthet. Del to av S2 ble tilpasset den enkelte informanten og de digitale tekstene jeg hadde valgt ut fra hver av deres to profiler. Del 2 av S2 ble også delt i to deler, hvor hver del omhandlet den private og den offentlige profilen. Her formulerte jeg spørsmål som gikk mer spesifikt på valg og tanker rundt innleggene som var valgt. Prosessen med å utvikle S2 startet samtidig som arbeidet med S1, men ble en lengre prosess. Det var flere runder med tilføyning og fjerning av spørsmål, og ordlyden ble endret flere ganger. Mange av spørsmålene i S2 ble lagt til etter S1 var gjennomført, da jeg tydeligere fikk en oversikt over hva jeg ville spørre om.

I begynnelsen bar spørsmålene i både S1 og S2 preg av et formelt skriftlig språk, men ble etter hvert endret til å bli mer muntlig, i og med at jeg ønsket en mer samtale-preget intervjuform. Det var svært viktig for meg, og ikke minst naturlig, at intervjuet skulle være preget av en dialogisk form. Dette var for å skape en trygg ramme, og for å gi rom for ærlighet og åpenhet rundt den prosessen de går gjennom når de publiserer innlegg på Instagram. Et håp var også at de skulle reflektere godt rundt spørsmålene jeg stilte, og på den måten gi meg en innsikt som jeg ikke ville fått dersom de ikke fikk rom for dette. Utvikling av spørsmål til intervjuene var i utgangspunktet ikke noe jeg trodde ville være såpass viktig, men som Dalen beskriver nedenfor er dette både viktig og avgjørende.

Det informantene forteller deg, vil være ditt datamateriale, og dette bør være så rikt og fyldig som overhodet mulig. Det gjelder å stille spørsmål på en slik måte at informantene åpner seg og forteller med egne ord om sine opplevelser (Dalen, 2004: 30).

Som jeg var inne på over, var prosessen både mentalt og faglig forberedende. Dette tror jeg også har påvirket det materialet jeg satt igjen med etter intervjuene var gjennomført.

4.3.2. Informantutvalg

Når man snakker om forskningens kvalitet er det særlig to begreper som gjør seg gjeldende - reliabilitet og validitet. Disse to begrepene går i all hovedsak ut på å måle gyldighet og troverdighet (Dalen, 2004: 103). Dette er begreper som først og fremst brukes innenfor

¹²Intervjuguide, del 1: Vedlegg 2

¹³ Intervjuguide, del 2: Vedlegg 3

kvantitativ forskning, og når man har å gjøre med større datamengder. Jeg har valgt å studere to av mange millioner brukere på Instagram, noe som blant annet gjør at jeg har valgt å tone ned disse begrepene i min oppgave.

Tidlig i arbeidet med masteroppgaven kommer spørsmålet om informanter opp. Hvilken aldersgruppe er jeg ute etter og skal jeg finne informantene mine privat? Jeg bestemmer meg for at jeg ønsker å skaffe informanter som er mellom 18 og 20 år, og gjerne utenfor skolen og klasserommet. Jeg ønsker ikke at konteksten rundt tekstproduksjon og tekstskepingsprosess skal knyttes opp mot norskfaget og skolen, og på denne måten foretar jeg en del avgrensninger tidlig i prosessen (Dalen, 2004: 53). Jeg ønsker å finne personer som jeg selv mener har kunnskap og erfaring om og med Instagram, og fortar derfor et strategisk utvalg (Dalland, 2012: 163). Måten jeg kom i kontakt med de som etter hvert ble informantkandidater, var gjennom bekjentskap. For rundt to år siden snakket jeg med Hanna¹⁴ om at hun hadde to profiler på Instagram, noe som på mange måter ble startskuddet for masteroppgaven min. På en måte "spanet" jeg feltet, og jeg benyttet meg deretter av en såkalt oppsøkende virksomhet (Dalen, 2004: 52). Jeg spurte først Hanna om hun kunne tenke seg å være informant, og om hun visste av noen andre som også kunne være interessert. På forhånd opplyste jeg om at jeg trengte personer som var aktive brukere på Instagram, med to profiler. Dette kriteriet førte til at jeg ikke fikk tak i gutter til prosjektet, da jeg fikk inntrykk av at det var flest jenter som var aktive brukere på to profiler. I utgangspunktet var ikke dette noe jeg var bevisst på, og jeg vil påstå at dette var nokså tilfeldig. Etter hvert avtalte jeg et møte med fire aktuelle informanter, og fikk tilgang til begge profilene deres på Instagram. Deretter gjorde jeg en kjapp vurdering på hvem av de ulike kandidatene som kunne være mest egnet¹⁵. Denne måten å komme i kontakt med informanter på var mye basert på min egen innsikt i deres vaner på sosiale media, og ikke minst en viss kulturkompetanse. Dette mener Dalen bør være en forutsetning når man gjør en teoretisk utvelging (ibid.). Til slutt endte jeg opp med to informanter som har noe ulik tilnærming til Instagram, men som er aktive brukere både på privat og offentlig profil.

¹⁴ Hanna er den ene informanten min. Fornavnene som jeg bruker, er deres ekte navn, men de er ut over dette anonymisert. Dette kommer jeg nærmere tilbake til litt senere i oppgaven.

¹⁵ Jeg så først og fremst på hvor ofte de publiserte innlegg på de ulike profilene, og hvorvidt de inkluderte verbaltekst i innleggene sine.

4.3.3 Utvalg av digitale tekster

Datamaterialet jeg har analysert, er fire multimodale tekster, hentet fra bildedelingsplattformen Instagram. Jeg bestemte meg for å velge ut ett innlegg fra den offentlige profilen, og ett innlegg fra den private profilen til hver av informantene. De multimodale tekstene jeg valgte ut fra Marias profiler, er to ulike selfier, mens motivet i tekstene fra Hannas profil, er av mat. Det var i utgangspunktet ikke et kriterium at datamaterialet skulle være såpass ulikt, men etter hvert som jeg studerte de ulike profilene, fant jeg ut at det kunne være interessant å ha et nokså ulikt utvalg.

Jeg valgte å samle inn datamateriale etter en ikke-tilfeldig utvalgsmetode. Innenfor medieforskning finnes det ulike prosedyrer for både tilfeldig og ikke-tilfeldig utvalg. Jeg gjorde et såkalt strategisk utvalg da jeg valgte ut tekstene til undersøkelsen min. Ved å gjennomføre utforskende observasjoner ble det mulig for meg å identifisere aktive brukere, og i tillegg velge ut multimodale tekster som kunne være med på å besvare forskningsspørsmålene jeg hadde. Jeg fikk et overblikk og kunne deretter gjennomføre en nærstudie av hver enkelt informant og innleggene jeg hadde plukket ut (Barton & Lee, 2013: 169). Dette var et utvalg som "ut fra teoretiske og analytiske formål er det mest relevante og mest interessante" (sitert etter Østbye et al., 2013: 249). For min egen del hadde jeg på forhånd satt opp noen kriterier da jeg startet på utvelgelsesprosessen. Innleggene måtte ha verbattekst, gjerne hashtags og andre semiotiske tegn, og gjerne også kommentarer fra følgere. Strategisk utvalg i mitt tilfelle var det mest riktige, da dette kunne bidra til at jeg fikk tak i personer som jeg trodde ville fortelle meg det jeg ville vite om fenomenet jeg har valgt å studere (Dalland, 2012: 117). Jeg har valgt denne metoden fordi jeg ønsker å se på om det finnes noen tendenser som går igjen, både på de offentlige og de private profilene. Denne metoden gir meg mulighet til å gå i dybden av et utvalg tekster, men gir meg ikke grunnlag til å si noe om en mer generell tendens (Østbye et al., 2013: 249).

4.3.4 Informantsamtaler

Da jeg møtte kandidatene jeg hadde til å bli informanter til oppgaven min, informerte jeg om hva temaet for studien var. Samtidig var jeg bevisst på hva jeg kunne si noe om, siden jeg ikke ønsket at de skulle begynne med såkalt selektiv publisering for å gi det bildet jeg som forsker ønsker å se (Ringdal, 2001: 435). Dalen skriver at det i en kvalitativ intervjustudie må gjennomføres et eller flere prøveintervju for å teste intervjuguiden og seg selv som intervjuer (Dalen, 2004: 34). Dette valgte jeg ikke å gjennomføre, først og fremst på bakgrunn av informantene jeg bruker.

Underveis i prosessen søkte jeg godkjenning fra Norsk senter for forskningsdata (NSD). Etter at jeg hadde fått søknaden godkjent, tok jeg kontakt med intervjupersonene over e-post og sendte informasjonsskriv og samtykkeskjema til begge informantene mine. Jeg presiserte at jeg ville gjennomføre to separate intervjuer og poengterte hvor lang tid hvert av intervjuene ville komme til å ta. Siden jeg har litt kjennskap til informantene fra før, avtalte vi å møtes hjemme i min leilighet. Dette valget tok jeg også mye på grunn av at dette kunne påvirke atmosfæren vi var i da samtalen ble gjennomført. Jeg tenkte også at dette kunne være med på å ufarliggjøre situasjonen, og gjøre det mindre formelt.

Det første jeg gjorde da informantene kom, var å gjennomgå informasjonsskrivet og få signatur på samtykkeskjemaet. Selve intervjudelen startet med en brifing. Jeg definerte situasjonen for intervjupersonen(e), fortalte litt om formålet med intervjuet og at jeg ville bruke lydopptaker. Med tanke på de mer tekniske rammene, slik for eksempel Dalland (2012: 141) tilrår, avsluttet jeg "første fase" med å spørre om de hadde noen spørsmål. Underveis i selve intervjuet forholdte jeg meg til intervjuguiden. Jeg fulgte tematiseringen nokså nøye, men noen av spørsmålene ble formulert på en annen måte og kom i ulik rekkefølge. Underveis noterte jeg tidspunkt og detaljer jeg tenkte kunne være relevant å se på i ettertid. Etter intervjuet var ferdig, avsluttet jeg med en debriefing, hvor jeg spurte om de hadde noen spørsmål eller tilleggsinformasjon. I tillegg til dette trakk jeg fram noen av hovedtrekkene fra intervjuet og avsluttet med å snakke kort om hva neste intervjudel ville handle om (Dalland, 2012: 142). Da informanten hadde dratt, overførte jeg lydopptaket til datamaskinen og tok sikkerhetskopi. Begge intervjuene ble gjennomført på samme måte, og det var ingen særlige avvik fra verken intervjuguiden eller de andre forberedelsene jeg hadde gjort.

Gjennomføring av S2 ble gjort rundt to uker etter S1. Gangen i S2 var nokså lik S1, men S2 var noe mer omfattende. Også i S2 fulgte jeg intervjuguiden nokså nøye, men jeg fulgte opp med flere uplanlagte spørsmål underveis. Etter at båndopptakeren var slått av, fikk jeg fra begge informantene informasjon som jeg i ettertid har tenkt at kunne vært relevant å gå nærmere inn på. Jeg noterte ned det som ble sagt for å huske det til jeg skulle begynne å se på analysedelen. Da S2 var ferdig, overførte jeg opptakene til datamaskinen min, og tok sikkerhetskopi. Relativt kort tid etter begge intervjudelene transkriberte jeg opptakene.

4.4 Forskningsetikk, forskerrollen og etisk refleksjon

4.4.1 Generelle retningslinjer og regler

Den kvalitative forskningsmetoden innbefatter ulike typer datainnsamlingsmetoder. Uansett hvilken type datainnsamling som tas i bruk, er det særlig fire områder som tradisjonelt diskuteres i etiske retningslinjer for forskere: informert samtykke, fortrolighet, konsekvenser og forskerens rolle (Kvale og Brinkmann, 2009: 86). Kvale og Brinkmann påpeker at de ulike spørsmålene man stiller seg i begynnelsen av en undersøkelse, ikke nødvendigvis er områder som kan avgjøres med en gang, men heller usikkerhetsområder som man som forsker må forholde seg til og reflektere over underveis i undersøkelsen (Kvale og Brinkmann, 2009: 87).

Informert samtykke innebærer at informantene informeres om prosjektets formål og utforming, og eventuelle risikoer og fordeler ved å delta i undersøkelsen. Informert samtykke sikrer også at de involverte deltar frivillig og at de vet om deres rett til å når som helst kunne trekke seg fra prosjektet (Kvale og Brinkmann, 2009: 88). I forkant av intervjuene sendte jeg begge informantene et informasjonsskriv, med samtykkeerklæring, hvor de nevnte aspektene sto beskrevet, i tillegg til at jeg informerte om bruk av lydopptaker og lagring av intervjuer. Kvale og Brinkmann skriver at informert samtykke også innebærer spørsmålet om hvor mye informasjon som bør gis, og når. Det å informere er viktig, men det er også viktig som forsker å ta stilling til hva som eventuell kan og bør utelates, da med tanke på påvirkning og ledende spørsmål (Kvale og Brinkmann, 2009: 89). Som nevnt fortalte jeg informantene mine om valgt problemstilling, men utelot blant annet å si hvilke kriterier jeg hadde lagt til grunn da jeg gjennomførte bildeutvalget mitt, først og fremst på grunn av at jeg ikke ville påvirke det de eventuelt valgte å publisere framover.

Konfidensialitet innenfor forskningen innebærer at data som kan identifisere informantene, ikke avsløres. Dersom en undersøkelse offentliggjør informasjon som potensielt er gjenkjennelig for andre, bør informantene gjøres kjent med at denne typen informasjon gjøres offentlig (Kvale og Brinkmann, 2009: 90). Jeg fikk muntlig bekreftelse på at det var i orden at bildene jeg hadde valgt kunne brukes i oppgaven. Jeg anonymiserte informantene mine til en viss grad, ved å sladde ansiktene og fjerne deler av navnet som ville være identifiserende. Dette kaller Olav Dalland å aidentifisere opplysninger (Dalland, 2012: 102). Jeg valgte å beholde deres ekte fornavn, da det ikke vil komme fram i oppgaven hvor i Trondheim de er fra. Andre navn som kommer fram i bildene, er også anonymisert. I forbindelse med bruk av sitater fra intervjuer

valgte jeg å sitere direkte, så frem til at de navnga eventuelle tredjepersoner. Jeg brukte min egen private datamaskin til å lagre lydopptak og transkriberingsmaterialet, og slettet alle opptak ved prosjektets slutt.

Som forsker er det viktig å være klar over både negative og positive konsekvenser ved å delta i undersøkelsen. Det etiske prinsippet om "velgjørenhet" innebærer at risikoen for å skade en deltaker på noen som helst måte, bør være lavest mulig (Kvale og Brinkmann, 2009: 91). Summen av fordeler for deltakelsen, og betydningen av kunnskapen, bør veie tyngre enn en eventuell risiko for deltakeren (ibid). Som forsker bør man være klar over at åpenhet og ærlighet tilhører kvalitativ forskning, særlig med tanke på at intervjuene ofte gjennomføres ansikt til ansikt, og ofte kan innebære en eller annen form for nære relasjon (ibid.). For min del var jeg ærlig med mine informanter fra starten av, og vi snakket flere ganger om at jeg ville bruke materiale som kunne være identifiserbart. Underveis i transkriberingen og i siteringer i oppgaven har jeg hele tiden tenkt på måten jeg fremstiller informantene mine på, slik at jeg sørger for at de blir fremstilt på en god og riktig måte. Jeg konkluderte med at det ville være få risikoer ved å delta i min undersøkelse, og at eventuelle risikoer ville bli veid opp av konsekvenser av positivt slag. Som jeg nevnte tidligere, meldte jeg inn prosjektet til Norsk senter for forskningsdata og Personvernombudet for forskning (NSD). Intervjuene ble ikke påbegynt før forskningsprosjektet var godkjent.

4.4.2 Etisk refleksjon og forskerens rolle

Da jeg skulle gjennomføre intervjuene mine, var det viktig for meg at informantene mine oppfattet meg som ærlig og ordentlig. Jeg ønsket at informantene skulle få inntrykk av at prosjektet mitt ble gjennomført på en strukturert og proff måte. Dette kan også være med på å påvirke det som kommer ut av intervjuene som blir gjennomført (Kvale og Brinkmann, 2009: 92). Forskningens uavhengighet er noe som både kan påvirkes "ovenfra" og "nedenfra" av blant annet prosjektets deltakere. Kvalitativ intervjuforskning er interaktiv forskning, og kan på grunn av personlige relasjoner la seg påvirke av dette. Man kan for eksempel identifisere seg med deltakerne, og på grunn av dette trekke slutninger og fortolke på en annen måte (ibid.). På grunn av at jeg brukte bekjentskaper for å innhente informanter til prosjektet mitt, hadde jeg et personlig forhold til én av informantene fra før. Det er ikke nødvendigvis negativt å bygge opp en nære relasjon til informantene man bruker, da dette ofte kan være med på å skape tillitt og trygghet. Kunnskapen som kommer ut av et slikt intervju, avhenger også av den sosiale

relasjonen mellom intervjuer og den som blir intervjuet (Kvale og Brinkmann, 2009: 35). For meg fungerte Hanna som en inngangsportaler, og ble en slags nøkkelinformant som jeg ikke klarte å gi slipp på. Ved å ha kjennskap til meg som intervjuer fra før, tror jeg informantene mine følte seg trygg på at det de svarte ikke ville være feil eller bli oppfattet som dumt. Før intervjuet startet snakket jeg en del om meg selv og min egen situasjon, noe som vil kunne ufarliggjøre meg som forsker. Sennett (2004: 37-38) sier at det derimot er viktig å finne en balansegang, slik at intervjupersonens etiske integritet bevares .

Kort tid etter S1, gjennomførte jeg transkriberingen. Da jeg hørte gjennom S1, ble jeg bevisst på hvordan jeg stilte spørsmålene og hvordan jeg på et tidspunkt la ord i munnen på dem, etter de hadde besvart et spørsmål. Det var særlig ved én anledning jeg la merke til at jeg trakk slutninger, som faktisk ikke hadde kommet fram gjennom svaret informanten gav. Etter den første runden med transkribering ble jeg tydeligere på, både verbalt og ikke-verbalt, at jeg først og fremst ønsket å *forstå* underveis i intervjuet. Før gjennomføring av S1, påpekte jeg at jeg ønsket en samtale, mer enn et intervju, mens jeg før S2 poengterte at det ville bli en noe annerledes form. S2 ble også et langt mer omfattende intervju, noe som naturlig førte til at det ble mer intervju-preget, heller enn en samtale. Det ble viktig for meg å fokusere på at det kvalitative intervjuet søker å forstå verden sett fra intervjupersonenes side (Kvale og Brinkmann, 2009: 21). Jeg minnet meg selv på at et intervju er en mellommenneskelig situasjon, der interaksjonen mellom både meg som intervjuer og den som blir intervjuet er avgjørende. Ved å bli bevisst på min egen måte å opptre på, ble jeg også bevisst på hvordan jeg kunne være med å påvirke intervjupersonene mine (Kvale og Brinkmann, 2009: 51).

Datamaterialet mitt består også av digitale multimodale tekster fra private og offentlige profiler på Instagram. Et slikt datamateriale medfører en del etiske og praktiske utfordringer. Selv om datamaterialet jeg benytter meg av i denne studien, ligger tilgjengelig på Internett, betyr ikke det at vi som forskere står fritt til å bruke det som vi selv ønsker (Lüders, 2015: 81). Som forsker må man forholde seg til visse juridiske og etiske rammer, også ved bruk av internettbasert datamateriale. Selv om noe publiseres offentlig og på sett og vis er tilgjengelig for "alle", betyr det ikke at vedkommende har godkjent at det brukes til andre formål (Lüders, 2015: 84). To av innleggene jeg har valgt, viser ansiktet til en av mine informanter, og begge informantene kan gjenkjennes ved brukernavn. På bakgrunn av dette har jeg valgt å sladde ansiktene, da det likevel ikke vil være relevante for selve analysen av materialet. Brukernavnene på de offentlige kontoene

inkluderer etternavnene til informantene mine, mens brukernavnene på de private kontoene ikke identifiserer dem direkte. Dette er altså, som nevnt tidligere, direkte eller indirekte personopplysninger, som jeg har valgt å aidentifisere.

Det har vært en overkommelig oppgave å innhente opplysninger og kunnskap fra intervjupersonene mine, og samtidig ta hensyn til etiske aspekter. Tidlig i prosessen utarbeidet jeg informasjonsskriv og søknad til NSD, noe som var med på å bevisstgjøre meg min egen rolle som forsker, og alt det innebærer. Som nevnt var det særlig i etterarbeidet med S1 jeg møtte noen etiske utfordringer. Dette var likevel ikke noe jeg så på som fellende, og var heller en lærerik prosess som gjorde at gjennomføringen av S2 gikk bedre. Etiske hensyn og betraktninger underveis i prosessen har gjort meg bevisst på min egen rolle som forsker, og viktigheten av gode relasjoner mellom intervjuer og intervjuende. Selv om jeg har møtt på noen etiske dilemma underveis i prosessen, har ikke disse vært veldig avgjørende for utførelse og gjennomføring av prosjektet. Trolig har jeg måttet ta stilling til færre etiske problemstillinger i og med at jeg kun har to informanter til prosjektet mitt, og at begge disse er over 18 år.

4.5 Databearbeiding og analyse

Organisering og bearbeiding av datamateriale begynner etter at materialet er samlet inn og intervjuene er gjennomført (Dalen, 2004: 61). I analysen er det viktig å få frem innholdet i datamaterialet på en mest mulig saklig måte, og grunnlaget for analysen av intervjuene legges allerede når man skriver intervjuguiden (Dalland, 2012: 178). Databearbeiding i denne oppgaven går først og fremst på transkribering av intervjuene og analyse av digitale tekster.

4.5.1 Transkribering

Transkribering kan gjøres på mange forskjellige måter og kan inkludere ulike ting, basert på hva datamaterialet skal brukes til etterpå. Transkribering er med på å klargjøre intervjumaterialet for analyse, og det oversettes derfor fra talespråk til skriftspråk (Kvale og Brinkmann, 2009: 118). Jeg transkriberte ikke intervjuene fonemisk. Jeg ønsket å transkribere intervjuene så talemålsnært som mulig, uten å bruke spesialtegn. Derfor brukte jeg konvensjonelt tegnsatt når jeg skrev inn transkriberingen på datamaskinen min. Jeg skrev ikke inn pauser, lyder og lignende, og tilpasset transkriberingene mine slik at de ble så leservennlige som mulig. Dette ble blant annet gjort ved å tilføre komma der de tok pauser i setningen og der det ellers var naturlig å skrive komma. Ved å gjennomføre min egen transkribering ble jeg kjent med mitt eget materiale på nytt, i flere runder (Dalen, 2004: 64). Jeg valgte å transkribere S1 før jeg gjennomførte S2, både på grunn av at

intervjuet var friskt i minnet, men også fordi jeg ønsket å få en oversikt over tema vi snakket om, som jeg eventuelt burde gå nærmere inn på i S2. Underveis i intervjuene noterte jeg med ned spørsmål som kunne være interessante å komme tilbake til. Dette gjaldt uttalelser jeg umiddelbart merket meg at burde tas tak i, både i analysen og drøftingen. Slike notater og refleksjoner som gjøres underveis, vil også kunne ha betydning når man skal begynne med analyseprosessen. Analyseprosessen starter som nevnt relativt tidlig i kvalitative studier, og alt som registreres underveis, bør noteres ned, da det vil kunne ha betydning senere (Dalen, 2004: 62-63).

Jeg transkriberte intervjuene en gang, før jeg hørte gjennom opptakene på nytt. Ved å høre på opptakene på nytt fikk jeg med meg nyanser i intervjuet som jeg ikke hadde oppfattet første gang jeg spilte av opptaket. I oppgaven har jeg skrevet sitatene ordrett, da det ikke ville påvirke anonymiteten til informantene mine. Jeg valgte å utelate småord som "hmmm", "eh" og lignende, selv om disse ytringene muligens kunne hatt betydning. Lange pauser, latter og rettelser er notert ned, men ikke direkte transkribert. Alt som har kunnet påvirke svarene på en eller annen måte, ble skrevet ned underveis i transkriberingen, som for eksempel gjentakelser og forklaringer, og endringer i språkformulering. For å få med nyanser i språket valgte jeg å beholde lydopptakene, slik at jeg kunne gå tilbake til intervjuet dersom det var noe jeg ikke forsto i transkriberingen min.

4.5.2 Analyseprosessen

Innenfor kvalitativ forskning handler det om å innhente kunnskap som er mest mulig pålitelig, som kan si noe om et fenomen eller tendens. Det handler om å kunne fortolke den informasjonen man får tilgang til, noe som fordrer at forskeren må gi så konkrete og utfyllende beskrivelser som mulig av sitt datamateriale. Ved å gjennomføre intervjuer, kan jeg som forsker samle inn data fra informantenes perspektiv, for så å analysere dette ut fra sine egne vitenskapelige analyser og teorier (Postholm, 2005: 48). I så måte skal analysen og teorigrunnet som oppgaven baserer seg på, kunne tilføre noe til det perspektivet man får fra informantene. Analysen skal knytte seg direkte til beskrivelsen av dataene, mens tolkningen og drøftingen skal sette det hele i et større perspektiv.

Å analysere handler om å finne sammenhenger og mønstre i datamaterialet man har samlet inn, for så å få en nærmere forståelse av materialet, som igjen kan føre til en holdbar fortolkning av materialet (Gentikow, 2005: 57). For å analysere intervjuene brukte jeg noe som kalles temasentrert analyse, som baserer seg på at teksten deles i kategorier innenfor sentrale

tema i undersøkelsen (Thagaard, 2003: 169). På denne måten kunne jeg sammenligne utsagn fra informantene ut fra tematiserte enheter (Gentikow, 2005: 136). Det jeg først gjorde, var å lage tekstnære koder. Dette er ord og uttrykk som beskriver utsnitt fra datamaterialet (Tjora, 2013: 179). Etter kodingen satt jeg igjen med et kodesett. Da kodesettet var klart, begynte jeg med kategoriseringen, hvor jeg samlet kodene som var relevante for problemstillingen til en strukturert resultatdel (Tjora, 2013: 185). Med utgangspunkt i kodesettet og kategoriseringen, analyserte jeg resultatene ut fra teorigrunlaget mitt.

I denne oppgaven har jeg lagt vekt på både bilde, verbaltekst og øvrige semiotiske ressurser, med hovedvekt på tekst og tegn, og produksjon av verbaltekst. Jeg ønsker å se på prosessen bak publisering og produsentene sine tanker rundt denne prosessen. Undersøkelsen tar utgangspunkt i at bilde, verbaltekst og øvrige tegn samlet utgjør en multimodal tekst, som er med på å fremstille avsender på en eller annen måte. Her er det relevant for meg å trekke inn det teoretiske grunnlaget som omhandler mottakerbevissthet og selvframstilling. I min undersøkelse er det naturlig å inkludere all form for tekst, både verbalspråklige formuleringer og andre semiotiske ressurser. Hall (2003) mener at tegnene kan fungere på samme måte som verbalspråk. Bilder og profiler på sosiale medier kan på denne måten ses på som språklige meddelelser, som kan uttrykke meninger i en eller annen form (Hall, 2003: 36-39). I min analyse av bildematerialet er det relevant å trekke inn Roland Barthes' nivåer innenfor bildeanalyse. På det denotative nivået ser man på det umiddelbare og konkrete. Dette kan gi en oversikt over virkemidlene produsenten av den multimodale teksten har tatt i bruk. På det konnotative nivået ser man nærmere på bildet og tekstens mening, og assosiasjoner som dukker opp. Dette er mer en fortolkende tilnærming, og forskerens subjektive opplevelse og utgangspunkt inkluderes i tolkningen (Barthes, 1964: 91-92). Det konnotative nivået beskriver i så måte det som potensielt kan leses ut fra det vi ser (Machin & Mayr, 2012: 49-50).

5 Analyse

I prosessen med å kode og kategorisere, har det utkrystallisert seg et knippe tema som jeg i analysedelen vil ta utgangspunkt i. Temaene vil videre bli utgangspunktet for min diskusjon og drøfting avslutningsvis. For å kunne gå nærmere inn på den mer spesifikke analysen er det nødvendig at jeg først gir et raskt overblikk på typiske trekk ved informantenes profiler, før jeg vil gi en kort presentasjon av de ulike digitale tekstene. Jeg vil videre se på hva som karakteriserer prosessen en språkbruker går gjennom før en multimodal tekst publiseres på Instagram. Deretter vil jeg se på hva denne prosessen kan si om reaksjoner på tilbakemeldinger, selvfremstilling og mottakerbevissthet, før jeg vil se på hvordan man kan forstå tekstlige og semiotiske valg en produsent tar underveis i en tekstskepingsprosess.

Jeg vil inkludere det denotative nivået når jeg presenterer de utvalgte digitale tekstene. Det konnotative nivået vil jeg komme tilbake til i drøftingsdelen. Dette valget gjør det naturlig å inkludere både makro- og mikronivå (Gee, 2003: 19). På makronivå vil konteksten bli inkludert, da jeg ønsker å se på produksjonen og prosessen rundt publisering av multimodale tekster på Instagram. Her har jeg måttet begrense meg til å se på utvalgte sider ved hver tekst. På mikronivå vil jeg ha en nærmere analyse av verbaltekstene og bildene i kontekst, og se på det visuelle og det multimodale samspillet mellom disse. Her vil jeg også inkludere svarene fra intervjuene mine. Denne måten å tilnærme seg analysen på vil også kunne si noe om selvfremstilling og mottakerbevissheten.

5.1 Presentasjon av informantene og deres profiler

Begge informantene som har bidratt til studien, er 20 år gamle jenter fra Trondheim. I og med at deres brukernavn på Instagram viser fornavnene deres, vil jeg bruke deres ekte navn i oppgaven. Noe av brukernavnene deres og ansikt har blitt anonymisert.

5.1.1 Presentasjon av Hannas profiler

Hanna	Offentlig	Privat
Antall følgere ¹⁶	741	117
Følger	217	89
Antall innlegg	118 innlegg siden første innlegg ble publisert 13. april 2015.	260 innlegg siden første innlegg ble publisert 25. november 2014.
Verbalspråk	Følger stort sett bokmålsnormen. Noen ganger innslag av engelsk.	Skriver på tilnærmet bokmål, bruker innimellom dialekt og innslag av engelsk.
Verbaltekst	Mest tekst under bilder av venner, minst tekst under selfier.	Det er som regel verbaltekst under de fleste bildene.
Øvrige tegn	Emojier. Ingen bruk av hashtag.	Emotikon, emojier og hashtag.
Kommentarer	Det er flest kommentarer på selfier, færrest på natur- og matbilder.	0-5 kommentarer per innlegg.
Likes	50-150 likes per innlegg. Det er flest likes på selfier, færrest likes på natur- og matbilder.	0-30 likes per bilde. Det er flest likes på bilder av venner.
Motiv	Flest bilder av venner og familie. Endel selfier, natur- og matbilder, og videoer.	Flest bilder av venner. Endel skjermdumper ¹⁷ og morsomme videoer.

Offentlig profil

På selfier erstattes gjerne verbaltekst med en emoji. Når jeg skriver at det stort sett skrives på bokmål, er dette basert på mitt eget inntrykk, og formene som er brukt, da det for det meste samsvarer med bokmålsnormen. I lengre tekst, er det helsetninger med korrekt tegnsetting og språk i tråd med bokmålsnormen. Det mest gjennomgående er kortere fraser, som kan beskrives som ufullstendige setninger uten verbal og subjekt. Det er ingen trekk som kan identifiseres som klart dialektale. To eksempler på fraser som skrives, hvor vi kan se at verbal og subjekt mangler, er: "Fint selskap" og "Søndags morgen".

Privat profil

Hanna skriver som regel verbaltekst til innlegget som publiseres. Gjennomgående på Hannas private profil er en blanding av helsetninger og kortere fraser. I noen av ytringene hennes blander hun norsk og engelsk i samme setning, noe som betyr at hun kodeveksler¹⁸. I andre ytringer bryter hun med normert skrift, og mangler subjekt og verbal. Et eksempel på kodeveksling er: "The things i would do for det her akkurat nå". Innimellom brukes det semiotiske tegn og

¹⁶ Det finnes ingen statistikk og tall på hvor mange følgere en "normal" ungdom i Norge har på Instagram, og heller ikke hvor mange bilder som publiseres på en gjennomsnittlig "vanlig" ungdoms-profil. Basert på egen erfaring, vil jeg påstå at profilene til informantene mine er nokså gjennomsnittlige både når det gjelder følgere og hyppighet for publisering.

¹⁷ Skjermdump kommer fra det engelske ordet "screenshot", og er et bilde av et bilde. (En slags kopi).

¹⁸ Kodeveksling kan forklares som "veking innafor ei og same ytring, setning eller ord" (Røyneland, 2011: 49-50).

hashtags. Ett eksempel som kan illustrere dette er: "3 runde på Rema, #takkpriskrig <3". Hun blander også tilnærmet bokmål med dialekt: "Regn i California og æ e overlykkelig #hva40graderienmndgjørmeddæ". Som vi kan se i dette eksemplet, kan det være vanskelig å sortere verbalteksten som enten bokmålsnær eller dialektnær. Dette kan også være et eksempel på det Hougaard kaller medialekt, som blant annet kan brukes som en form for metakommunikasjon.

5.1.2 Presentasjon av Marias profiler

Maria	Offentlig	Privat
Antall følgere	789	116
Følgere	446	112
Antall innlegg	107 innlegg siden første innlegg ble publisert 30. november 2014.	461 innlegg siden første innlegg ble publisert 8. november 2013.
Verbalspråk	Blanding av bokmålsnært, og dialekt. Noen ganger innslag av engelsk.	Skriver stort sett på dialekt. Noen ganger innslag av engelsk.
Verbaltekst	Skriver under de fleste bilder. Mest tekst under bilder av venner.	Det er som regel verbaltekst under samtlige bilder.
Øvrige tegn	Emojier og litt bruk av hashtag.	Emotikon, emojier og hashtag.
Kommentarer	0-10 kommentarer under samtlige innlegg, og flest kommentarer på selfier.	0-5 kommentarer per innlegg.
Likes	Mellom 100-150 likes på de fleste. Opp mot 200 likes på selfier.	2-30 likes per bilde. Flest likes på bilder av venner.
Motiv	Flest bilder av venner og familie, og Maria sammen med andre. Endel selfier, og færrest bilder av natur og mat.	Flest bilder av venner. Endel skjermdumper og morsomme videoer.

Offentlig profil

Maria skriver stort sett noe til hvert innlegg, og det er mest verbaltekst og tegn under bilder hvor det er flere personer. På selfier erstattes gjerne verbaltekst med emojier. Maria har ikke like mange fraser som Hanna, skriver mer under bildene sine og tar i bruk emojier og emotikon mer enn Hanna. Det mest gjennomgående er at hun skriver dialekt- eller talemålsnært og bruker stavemåter som i større og mindre grad gjenspeiler talemålet hennes. På denne måten bryter hun med bokmålsnormen. Innimellom skriver hun på engelsk, og noen få ganger er det kun et par ord som skrives. Hun bruker hashtags innimellom, men ikke nødvendigvis på måten hashtags er ment å fungere på. Dette vil jeg komme nærmere tilbake til nedenfor. Et eksempel på at hun bryter med bokmålsnormen er: "vi eeelske roskilde #hearteyez". Her brukes det ikke stor bokstav i starten av setningen eller på egennavn.

Privat profil

Maria skriver relativt mye tekst på samtlige innlegg som publiseres. Jeg oppfatter bruken av hashtags på lik måte som hos Hanna. Hun blander ofte dialekt med engelske ord og uttrykk. Hun bruker færre emoji'er i tekst publisert på sin private profil, enn på sin offentlige profil, og erstatter gjerne emoji'er med emotikon som "; -)", ": -)" og "://". Man kan se en tendens til at hun ikke nødvendigvis fokuserer på rettskriving¹⁹, både når hun bruker norsk og engelsk: "whn u want to relax after mattetentamen but can't because prøveeksamen in 2 dayz".

5.1.3 Sammenfattende hovedinntrykk

Ut fra et denotativt nivå, kan vi se at begge informantene har flere følgere på sine offentlige profiler enn på de private, noe som også kan forklare hvorfor de har mer likes og kommentarer på innleggene sine. Begge informantene skriver mer verbaltekst på sine private profiler, og de har større innslag av dialekt. På den offentlig profilen skriver Hanna mer bokmålsnært, mens Maria skriver talemålsnært. Det er hyppigere bruk av emoji'er på offentlig profil, mens det på privat profil tas i bruk andre semiotiske ressurser som for eksempel emotikon og hashtags. På de private profilene er det en større bredde når det gjelder det visuelle, og det er langt færre selfier og ”finere” fasade-bilder.

5.2 Presentasjon av valgte digitale tekster

Den mer generelle analysen av de ulike profilene til informantene er utgangspunktet for mitt utvalg av digitale tekster. Etter gjennomgang av de ulike profilene valgte jeg ut tekster som var nokså typiske for de ulike informantene. De valgte digitale tekstene ble på så måte et mer eller mindre representativt eksempel på hva de publiserer på de ulike profilene sine.

5.2.1 Digital tekst fra offentlig profil: Hanna



Figur 1 Større utgave i VEDLEGG 5

Utvalgt digital tekst ble publisert 2. januar 2016, har 57 likes og til sammen 6 kommentarer fra andre og Hanna selv. Motivet i bildet er ravioli på en treplate og et glass rødvin. Teksten til bildet er "Smaker best hjemmelaget", etterfulgt av en "rødvinsglass"-emoji og en "bestikk"-emoji. Både tekst og tegn samsvarer med det vi kan se på

¹⁹ Dette kan være et bevisst valg med tanke på humor som virkemiddel, eller for å underbygge et poeng.

bildet, noe som kan underbygges av Løvlands teori omhandlet samspill mellom ulike modaliteter. De ulike modalitetene i teksten formidler på ulike måter det samme, og meningsinnholdet blir på denne måten forsterket ved at det blir uttrykt gjennom forskjellige modaliteter. Teksten forteller oss som mottaker at ravioliene er hjemmelaget, og emojiene poengterer og underbygger at det er rødvin og spising som skal skje. Tekst og tegn er på denne måten med på å fortelle oss noe mer enn hva vi med første øyekast ser på bildet. Kommentarene under teksten, er med på å bekrefte at det ser godt ut, og den siste kommentaren bekrefter at det også smakte godt. Kommentarene er også med på å vise at folk er imponert over at det er hjemmelagde ravioli. Språklig sett er teksten grammatikalsk riktig og bokmålsnær. Det framgår ikke i teksten at det er brukt humor eller noen form for intern sjargong.

5.2.2 Digital tekst fra offentlig profil: Maria



Figur 2 Større utgave i VEDLEGG 6

Utvalgt digital tekst ble publisert 13. september 2016, har 168 likes og til sammen 12 kommentarer fra andre og Maria. Motivet i bildet er Maria og en katt. Teksten til bildet er "crazy cat lady"²⁰, etterfulgt av en emoji som blunker, med tunga ut av munnen. Selve motivet er nokså seriøst, og det er lite som tilsier at det er en tullele situasjon. Basert på "crazy cat lady-definisjonen", kan

man tenke seg at teksten Maria skrev er humoristisk. Emojien som er brukt bygger også opp under denne antagelsen. Teksten samsvarer til en viss grad med motivet i bildet, men er på samme tid nokså "tilfeldig". Ut ifra dette kan vi si at tekst og tegn har en slags funksjonell spesialisering, i og med at de ulike modalitetene har spesialiserte funksjoner i kommunikasjonshandlingen (Løvland, 2010: 2). Hun skriver på engelsk, noe som gjør at det som står skrevet, kan forstås av et større publikum, enn om hun hadde skrevet på norsk.

²⁰ For det første er "crazy cat lady" en nokså vanlig popkulturell referanse. "Crazy cat lady" er etter definisjonen til Urban Dictionary en dame som liker kattene sine, mer enn andre mennesker (Urbandictionary.com, 2014).

5.2.3 Digital tekst fra privat profil: Hanna



Figur 3 Større utgave i VEDLEGG 7

Utvalgt digital tekst ble publisert 29. mai 2016, har 19 likes og til sammen 7 kommentarer fra Hanna sine følgere og Hanna. Motivet i bildet er en kjøkkenbenk med ølbokser, tomme brusflasker og en del rot og søppel. Bildet framstår som nokså ærlig, da det ikke tyder på at motivet er gjort noe med før bildet ble tatt eller publisert.

Teksten til bildet er "All fun and games inntil du må rydd opp", etterfulgt av en emotikon, ": -)". Både tekst og tegn samsvarer godt med motivet i bildet. Det kommer tydelig fram at det har vært fest, både gjennom bildet og tekst. Også her kan vi trekke linjer til multimodal redundans. Når det gjelder bruk av tegn og emotikon, er det nokså individuelt hvordan bruk av ulike semiotiske ressurser kan tolkes, men i og med at Hanna vanligvis bruker emoji'er, og i dette tilfellet bruker emotikon, velger jeg å tolke dette som at det er en viss ironi knyttet til innlegget. Kommentarene er med på å underbygge tekstens mening, og det blir forståelig for meg som står utenfor, at det har vært fest. Språklig sett blandes engelsk og norsk i en og samme setning, i tillegg til at det skrives på dialekt.

5.2.4 Digital tekst fra privat profil: Maria



Figur 4 Større utgave i VEDLEGG 8

Utvalgt digital tekst ble publisert 29. juni 2015, har 29 likes og én kommentar. Motivet i bildet er Maria med et kart over et bysentrum. Teksten til bildet er "Så langt e turen knallje bra bortsett fra at æ e 100% døv på det ene øret (tommel opp). No mangle æ bare kikkert og kamera så kan æ gønne på resten av dagen #turist". Her bruker Maria både en emoji og hashtag som en del av teksten. Hun bruker en "tommel opp"-emoji mellom den første og siste setningen i teksten, og avslutter med #turist. Hun skriver på dialekt og forholder seg ikke til ortografiske regler som for eksempel komma. Teksten i seg selv framstår på en humoristisk måte, både på grunn av valg av dialekt og på måten teksten er bygd opp på. Ved å ta i bruk denne emoji'en får jeg inntrykk av at hun har en humoristisk tilnærming til tekst og bilde. Den ironiske tilnærmingen underbygges ved at hun bruker en emoji som for mange oppfattes som positiv. Den siste setningen er med på å bygge opp under min

antakelse om at teksten er humoristisk, da hun spiller på en slags stereotypi av turister. Ved å bruke #turist poengterer hun dette ytterligere, og hashtaggen fungerer som en ekstra meningsbærende enhet. Kommentaren under innlegget er også med på å underbygge bruk av humor i teksten.

5.3 Prosess før publisering

Det å produsere en multimodal tekst innebærer at produsenten tar valg, både med tanke på bilde og verbaltekst, men også med hensyn til semiotiske ressurser. Her vil vi gå nærmere inn på ulike tekstlige og visuelle valg som blir tatt før publisering av en digital tekst.

5.3.1 Tekst

Begge informantene sier at de bruker mest tid på å finne ut hva de faktisk skal skrive, og at de ofte skriver mindre på sine offentlige profiler, noe som kan forklare hvorfor de ikke bruker særlig lang tid å produsere verbaltekst. Maria sier at hun ofte bruker veldig lang tid på å finne ut hva hun skal skrive, mens hun andre ganger føler at hun "har det". Videre sier hun at hun trolig bruker lengre tid på prosessen før publisering på offentlig profil, "fordi at på den offentlige så kan jo alle se det, mens på den private så e det bare folk æ kjenne ganske godt som ser det, tenke ikke at dæm bryr sæ". Informantene mener at tekst er viktig, men at det ofte avhenger av hvorvidt de synes at bildet taler for seg selv. Dersom bildet alene kan publiseres, trenger ikke tekst bli inkludert som en del av innlegget. Hanna sier at hun bruker kort tid på å produsere tekst til bilde på offentlig profil, og at hun stort sett skriver relativt korte tekster dersom hun har tekst til et bilde på sin offentlige profil. Hun sier at prosessen med å produsere tekst til den private profilen ofte kan ta lengre tid, og mener dette kan komme av at "du gjerne må vær litt mer morsom". Prosessen med å planlegge og evaluere det som publiseres, kan betegnes som evnen man har til selvregulering (Blikstad-Balas, 2016: 31). Evnen til selvregulering inkluderer både bilde og tekst, og i det utvidete tekstbegrepet favner det også om semiotiske ressurser som emoji. I prosessen med å publisere valgt multimodal tekst til offentlig profil, sier Hanna at valg av emoji var noe hun brukte lang tid på, "æ trur æ bytta dæm emojian mang ganga før æ bestemt mæ. Det sku liksom passe til bildet". I samtalene med informantene, kommer det fram at tekst gjerne skal kunne si mottaker noe mer enn bildet alene. På denne måten kan man si at det foregår en viss bevisst handling med tanke på multimodal redundans. Selvreguleringen som produsentene bedriver, og valg som blir tatt underveis i prosessen med å produsere tekst, kan også ses i sammenheng med ønsket om å fremstille seg selv på en viss måte.

5.3.2 Bilde

Selv om det framgår fra samtaleene at verbaltekst er viktig, viser funnene over at tiden de bruker på tekstproduksjon, ikke nødvendigvis er så lang. Det som derimot brukes tid på, er redigering og valg av bilde. På spørsmål om det som publiseres på profilene, er nøye planlagt, sier Maria at det i større grad er planlagt på den offentlige profilen, da det på den private profilen kan være mer tilfeldig hva som legges ut. Det framgår i samtalen med Maria at "redigeringa av bilde, det tar oftest lengre tid enn å faktisk skriv og publiser", og at hun ofte lager flere utgaver av ulike bilder, og får hjelp til å velge hvilket bilde som skal brukes. Hanna sier at hun vektlegger redigering av effekter og at det for henne først og fremst er viktig at bildet ser fint ut til slutt. Selv om mange av vennene til informantene planlegger når et innlegg skal publiseres, er ikke dette noe de tar med i prosessen før publisering. Hanna sier at hun "publisere når æ synes det e fint nok", og at hun ikke bryr seg om tidspunkt og klokkeslett for publisering. Dersom det er en selfie, kan hun bruke ganske lang tid på utvelgelsesprosess og redigering, og sier at prosessen før publisering kan ta opp til en halvtime. Publisering til den offentlige profilen tar lengst tid, først og fremst på grunn av publikummet de har på denne profilen. Hanna sier at "på den private har æ noen gang tatt med Instagram-kamera, som e tatt rett på Instagram, og det gjør æ aldri på offentlig". Aalen (2015: 57) sier at vi blir mer overflatiske, jo mindre vi kjenner noen, noe som kan ses i sammenheng med hva de velger å publisere på de ulike profilene.

5.4 Reaksjoner på tilbakemeldinger, selvframstilling og mottakerbevissthet

I denne delen av analysen vil jeg presentere funn som går på reaksjoner knyttet til tilbakemeldinger, i form av kommentarer og likes, og se på hva prosessen før publisering kan si om selvframstilling og mottakerbevissthet.

5.4.1 Reaksjoner på tilbakemeldinger

Sosiale medie-plattformer som Instagram åpner for at flere enn produsenten selv kan bidra til produksjon av tekst. Det vi kaller sosio-digital-syntaks innebærer blant annet at man kan kommentere på det som publiseres (Blikstad-Balas, 2016: 60), og multimodale tekster på Instagram kan derfor sies å være uferdige²¹. Jeg vil nå presentere funn som omhandler reaksjoner knyttet til tilbakemeldinger, i form av kommentarer og likes på Instagram.

²¹ Uferdige i den grad det skrives kommentarer etter innlegget er publisert.

Siden informantene mine har to profiler med nokså ulikt bruksområde, er det nødvendig å si noe om hvorfor de har to profiler, og hvem som følger dem på de ulike profilene. Både Hanna og Maria sier at de opprettet en privat profil da de gikk på ungdomsskolen, og at tanken bak dette først og fremst var at de ønsket å ha en plattform hvor de kunne legge ut "tullebilder" og "drøyer" bilder, som Hanna beskriver det: "bildra æ ikke kunn vise te alle". Ved å opprette en lukket, privat profil får de mulighet til å kontrollere hvem som følger dem. I S1 kommer det fram at det kun er de "nærmeste" vennene som følger dem, og at familie og voksenpersoner ikke er en del av disse. På de ulike profilene vil det kunne være et nokså sammensatt publikum, som i og for seg kan være grunn nok til å ha to ulike profiler.

Den voksende "likes-kulturen" kan være både sosialt og relasjonsbyggende. Likes kan blant annet være med på å si noe om hvor godt likt noe er, Blikstad-Balas (2016: 62) viser til at produksjon og publisering gjerne er mer strategisk og gjennomtenkt, og at produsent av en multimodal tekst tenker gjennom hvor mange likes et innlegg kan generere. Funn viser at innlegg på offentlige profiler får flere likes enn innlegg på private profiler, og svar fra intervjuene er med på å bekrefte mine egne observasjoner. Hanna sier at "på privat så e det gjerne mine nærmeste som like det, folk som skjønne humoren da rett og slett". Maria sier at hun synes det er morsomt å få kommentarer og likes, men at det egentlig ikke er særlig viktig. Det gjøres videre et poeng ut av at det ikke er viktig på den private, og at hun kan få én like, og ikke tenke noe videre over det. Det som gjør dette funnet interessant, er at hun eksplisitt poengterer at det "i hvertfall ikke e viktig på den private", og at hun senere i intervjuet sier at hun i noen situasjoner har slettet innlegg med kun noen få likes. Selv om det muligens ikke er viktig med likes, er det tydelig at informantene tenker over det og har en form for bevissthet rundt det. Noe som kan bygge opp under denne antakelsen ytterligere, er Hanna sin refleksjon rundt hvor mange likes hun får på mat- og naturbilder, sammenlignet med selfier. I S2 trekker hun fram at hun får dobbelt så mange likes på selfier og sier at "det vise kanskje litt det "crowdet"²² mitt da". Hanna sier at likes på bilder av natur ikke har så mye betydning, men at det på bilder av henne selv har mer å si, og at hun innimellom kan sjekke jevnlig hvor mange likes hun har fått. Hun sier at "æ legg merke te at hvis æ legg ut ting av mæ selv og sånn, tenke æ over det, fordi man e sårbar på en anna måte da". Hva dette kan si om selvframstilling og mottakerbevissthet, vil jeg komme tilbake til.

²² Med dette mener hun følgerene sine, eller publikummet sitt.

Som vi har vært inne på, åpner sosiale medier som Instagram opp for at det kan være flere bidragsytere til en tekst, særlig i form av kommentarer. Selv om informantene mine trekker fram at de vanligvis ikke tenker over og bryr seg noe særlig om kommentarer på andre sine profiler, viser funn samtidig at kommentarer faktisk er med på å forme tekstene de publiserer. Blant annet sier Maria at kommentarene som er skrevet på innlegget fra hennes private profil, er med på å understreke humoren i innlegget hennes. Hanna mener også at kommentarene under hennes private innlegg gjør det hun originalt publiserte, enda mer morsomt. Når det gjelder hva som skrives på de ulike profilene deres, påpekes det at det ofte er en annen type seriøsitet over kommentarene som skrives på offentlig profil, sammenlignet med privat profil. Barton og Lee sier at internett-baserte tekster er mer flytende og i konstant endring, blant annet fordi ulike mennesker kan bidra, og at man som mottaker har mer kontroll (Barton & Lee, 2013: 26-27). Dette kan Maria sin kommentar være med på å bygge opp under: "Hvis bildeteksten er for eksempel en sangtekst, kan kommentara fra venna vær at dæm fullføre teksten, eller hvis teksten under bildet e nå internt, så kan kommentaran vær nå som handle om det da".

5.4.2 Selvfremstilling

Selvframstilling er en sentral del av publiseringsprosesser på sosiale medier. Barton og Lee trekker fram noe Grandall kaller for presentasjonskultur, som innebærer at man som produsent av en multimodal tekst har mulighet til å bestemme hvordan man ønsker å presentere seg selv. Dette betyr samtidig at identiteten vår på internett kan formes ut fra hvordan vi ønsker at andre skal se oss (Barton & Lee, 2013: 68). Valg informantene mine har tatt, fra idé til "ferdig" publisert innlegg, viser at det ofte tas på en slags maske, og at egenskaper og uttrykk konstrueres ut fra hvordan avsender ønsker at publikum skal se vedkommende. Som vi har sett til nå, er det nokså ulikt innhold som publiseres på privat og offentlig profil. Jeg vil nå trekke fram funn fra, som går på mer eller mindre bevisste valg med tanke på selvfremstilling på Instagram.

Vi kan se fra intervjuene at det på privat profil er vanlig å vise en mer useriøs side av seg selv, som Maria sier: "man kan legg ut ting som egentlig ikke har nåkka betydning. Man kan legg ut den kjedelige hverdagen sku æ te å si. Og ting som ikke e så spesielt". Til sammenligning trekker Maria fram at det på offentlig profil er mer fasade, og at det ofte legges ut innlegg når det skjer noe mer spesielt. Hun sier videre at "hvis æ e på ferie, da kan æ publiser ganske my". I S1 sier Maria at hun var ganske aktiv på sin offentlige profil da hun var på Roskildefestivalen, og at

hun da publiserte innlegg nesten hver dag. Dette kan tolkes som noe ”spesielt” og derfor noe som er naturlig at publiseres på den offentlige profilen.

I S1 uttrykte informantene at de ikke nødvendigvis kan legge ut hva de vil. I S2 tok jeg opp dette på nytt, og da med fokus på publisering på offentlig profil. Det kom det fram at de selvfølgelig kan legge ut hva de vil, men at "det e jo til et my større publikum da. Det e jo gjerne overflaten dæm ser da". I denne uttalelsen kan vi se at offentlighets-aspektet i bilde- og tekstpublisering på sosiale medier kan være noe som begrenser handlingsrommet. Du kan potensielt legge ut hva enn det måtte være, men dersom du er en såkalt "vanlig"²³ Instagram-bruker, er det visse sosiale rammer og konvensjoner man forholder seg til. På spørsmål om humor og ironi er virkemidler de tar i bruk når de publiserer en multimodal tekst på Instagram, sier Maria at hun av og til skriver noe litt mer humoristisk, men at dette sjelden gjøres på hennes offentlige profil. Hanna trekker også fram at hun på sin private profil gjerne kan være mer morsom, særlig på grunn av at "det liksom e mye mindre seriøst. Det går greit å skriv teite ting". Disse funnene kan koples til Barton og Lee sine betraktninger om at anonymitet kan påvirke kreativiteten og lekenheten. I og med at de kan velge sitt eget brukernavn, og holde profilen sin lukket, kan man som produsent av en multimodal tekst på Instagram spille mer på sin egen identitet og være mer leken. Samtidig kan avsender spille mer på humor og ærlighet (Barton & Lee, 2013: 69). Dette kan vi se igjen i S2, hvor Hanna sier at den multimodale teksten fra hennes private profil er veldig ærlig, "æ har ikke flytta på nån ting. Æ hadd aldri lagt ut nå sånn på den offentlige profilen min, da hadd æ rydda først". Ved at hun selv bestemmer hva som skal publiseres, viser hun hvem hun ønsker å være, og ved å publisere et såpass ærlig innlegg konstruerer hun egenskaper og et bilde av seg selv, som hun ønsker at publikum skal se. Samtidig gir hun uttrykk for at hun ikke ville vist denne siden av seg selv på sin offentlige profil, noe som går inn under det Barton og Lee (2013: 31) kaller for ”stance-taking”.

Også rettskriving og estetisk uttrykk er noe de har langt mer fokus på, når de publiserer innlegg som sin offentlige profil. Hanna sier at hun har mye fokus på riktig grammatikk, og at hun en periode slettet mange gamle innlegg, siden hun selv følte at hun hadde forandret seg. Dette kan tenkes å være en form for selv fremstilling, da det ikke bare er de seneste innleggene folk kan se, men profilen i sin helhet. Et annet eksempel på bevisst og mer eller mindre bevisst

²³ Med ”vanlig” mener jeg Instagram-brukere som har omtrent samme publiseringspraksis som informantene, og samme omfang med tanke på følgere. En ”uvanlig” bruker i dette tilfellet, er brukere med flere tusen følgere.

selvfremstilling kommer fram i S2 med Hanna, hvor vi prater om valgt innlegg fra hennes offentlige profil. I mange tilfeller kan man tenke seg at bilder er det som best kan være med på å styrke vår egen selvfremstilling, men det kan vise seg at verbaltekst er minst like viktig: "Æ skriv jo "smake best hjemmelaget", fordi æ vil at folk ska skjønn at vi har laga dæm selv. At vi ikke har kjøpt det". Dette underbygger at hun underveis i publiseringsprosessen tenker på publikum og mottakere, og at måten de tolker bildet på, betyr noe, og at måten hun framstår på, er viktig. Et annet moment som er med på å si noe om selvfremstilling, er Hanna sin presisering av at hun "satt jo vinglasset der med vilje".

5.4.3 Mottakerbevissthet

Bevissthet med tanke på mottaker og publikum kan være påvirket av mange ulike faktorer. I samtalene med informantene mine har det blitt uttrykt at de tar bevisste valg og hensyn når de publiserer multimodale tekster på sine to ulike profiler. Aalen trekker fram at det ofte er en selektiv versjon av hverdagen som publiseres på sosiale medier, og at det i utgangspunktet er de fine og polerte tingene som blir trukket frem (Aalen, 2015: 55). Det man misliker, eller vet at andre ikke vil like, utelukkes, mens det motsatte forsterkes og fremstilles. Dette kan vi se både på offentlig og privat profil. Det er ofte en form for fasade som fremstilles på offentlig profil, og et slags glansbilde av den mangesidige hverdagen. I S1 sier Hanna at hun ikke vil dele "såanne rare bilda" på sin offentlige profil, og at de mer useriøse, stygge og tullete²⁴ innleggene først og fremst publiseres på den lukkede, private profilen. Det eksisterer med andre ord en bevissthet rundt hvem som er publikum. Også Maria er med på å bekrefte dette ved å si at "det e litt mer usensurert, og du har få følger, så det gjør egentlig ingenting ka du legg ut sia det bare e dæm du kjenne og har et forhold til som kan se det. Så du kan legg ut det du vil". På offentlig profil foregår det en slags selvregulering, da de vet at hvem som helst kan se det de publiserer. De blir på en helt annen måte bevisst på mottaker og foretar valg basert på dette. På den private profilen kan de publisere multimodale tekster uten å tenke på hvordan dette blir mottatt av publikum, mens på offentlig profil tar de valg basert på om dette kan virke støtende på noen, vekke interesse, eller om mottaker vil synes det som publiseres er fint.

I intervjuene ser vi at verbaltekst er viktig når de publiserer på offentlig profil. Maria sier at hun noen ganger føler hun må ha med tekst, fordi om hun ikke skriver noe, "føle æ liksom "hei, se på bildet mitt", og at det liksom ikke e nå meining bak det". Også Hanna gir uttrykk for at

²⁴ Informantens ord.

dette er noe hun tenker over. Noen ganger legger hun ut innlegg uten verbaltekst, men da "snakke bilde liksom for sæ selv da". Andre ganger utelukkes verbaltekst, da hun føler at tekst under en selfie ikke henger sammen. Hvorvidt det skrives verbaltekst eller ikke, er et selvregulerende grep avsender tar. I slike situasjoner gjennomgår produsenten en mer eller mindre bevisst handling med tanke på hvordan det vil bli mottatt av publikum. I tillegg sier Hanna at hun skulle ønske at hun kunne skrevet lengre, humoristiske eller meningsfulle ytringer, men at hun ikke føler hun har publikum til dette, "æ tror æ syns det e litt kleint hvis æ skulle skrevet en lang sånn sekvens til mine følgera, det hadd vært litt rart". Selv om det er tydelig at mottakerbevisstheten på en eller annen måte former det som publiseres, og særlig på deres offentlige profil, poengteres det at de kan publisere hva de vil, men at det gjerne er sosialt forankret.

5.5 Tekstlige og semiotiske valg

Jeg vil i denne delen av analysen trekke fram funn fra datamaterialet som går på tekstlige og semiotiske valg. Jeg vil fokusere på både bevisste og mindre bevisste valg.

5.5.1 Tekstlige valg

To- og flerspråklige står hele tiden overfor det Barton og Lee (2013. 31) kaller "stance-taking". Dette innebærer at språkbrukere som er to eller flerspråklige, må ta et valg med tanke på språk og dialekt. I S2 sier Hanna følgende: "Æ skriv jo gjerne på bokmål på teksten æ legg ut. Og mange av mine venninna skriv trøndersk, så æ har flere ganga tenkt sånn "kanskje æ burda skrivd trøndersk", at det høres rart ut på bokmål". Denne uttalelsen tyder på at språkvalg og "stance-taking", er noe Hanna er bevisst på når hun produserer verbaltekst på Instagram. Denne betraktningen kan også koples til det som kalles "å ha literacy". Refleksjon rundt hvorvidt hun skal skrive på bokmål eller på dialekt, er en del av en større tekstlig sammenheng. Språklige valg skjer ofte i en større sosial kontekst, og de sosiale og kulturelle sammenhengene spiller ofte en viktig rolle.

Som vi har sett, skrives det mindre verbaltekst i innlegg publisert på offentlig profil på Instagram. Det som publiseres, er ofte kortere fraser og ufullstendige setninger. Informantene trekker fram at det gjerne skrives mer "tull" på privat profil, og at humor er et velbrukt virkemiddel. I S2 sier Maria at det innad i venninnegjengen er en slags regel om at "når vi skriv på skikkelig brei trønder, da e vi ganske ironisk. Da e det som regel tull". Hun presiserer at hun også skriver på dialekt på sin offentlige profil, men at det gjerne er mer talemålsnært. Maria er veldig bevisst på bruk av dialekt på Instagram, mens i analysen av samtalene med Hanna blir det

tydelig at hun ikke nødvendigvis har et veldig bevisst forhold til hvordan dialekt brukes: "æ bruke for det første mer engelsk og slang²⁵ og sånn²⁶. Kanskje litt trøndersk og, det vet æ ikke helt, det har æ ikke tenkt over". I denne uttalelsen viser Hanna en bevissthet knyttet til bruk av for eksempel engelsk, mens bruk av dialekt er noe hun ikke tenker at hun bruker. I S2 brukte jeg den utvalgte multimodale teksten som en del av intervjuet, og også her blir Hanna overrasket når hun ser at hun bruker dialekt: "Og så ser æ jo at æ skriv trøndersk og sånn da, det visst æ ikke". Selv om hun uttrykker at dialektbruken er ubevisst, sier hun at hun trolig bruker trøndersk som et virkemiddel for å få fram useriøsitet og humoren i den multimodale teksten publisert på sin private profil²⁷.

Det å skrive på engelsk kan også være et bevisst eller mer eller mindre bevisst tekstlig valg når en multimodal tekst publiseres på Instagram. Som vi har sett over, er Hanna bevisst på sin egen bruk av engelsk, særlig på privat profil, og sier at bruk av engelsk var et humoristisk virkemiddel. Den multimodale teksten fra Maria sin offentlige profil, inkluderer også verbaltekst på engelsk. På spørsmål om hvorfor hun skriver på engelsk, svarer Maria at ting ofte høres kulere ut på engelsk, og at bruk av engelsk ofte blir en erstatning dersom hun ikke finner et godt ord på norsk. På spørsmål om hvorvidt hun var bevisst på hva verbalteksten skulle være, sier Maria: "Æ hadd tenkt å skriv enten "gal kattedame" eller "crazy cat lady", men æ syns "crazy cat lady" passa litt bedre. Det hørt bedre ut på engelsk". Her kan vi se at hun har en bevissthet knyttet til hva som høres best ut, og at hun vektlegger den sosiale og kulturelle konteksten teksten oppstår i.

5.5.2 Semiotiske valg

Tekster i dag består av langt flere bestanddeler enn tidligere, og ulike modaliteter som emotikon og emoji har kommet til. Dette har også ført til at multiliteracies har blitt mer dekkende når vi snakker om tekst og tekstkompetanse (Sjøhelle, 2013: 109). Bruk av emotikon og emoji i multimodale, digitale tekster er i dag nokså vanlig. I S2 sier Maria at hun som regel har med en emoji når hun publiserer en multimodal tekst på Instagram, og på spørsmål om hvorfor hun tar i bruk semiotiske tegn, sier hun at "det gir jo litt mer liv te teksten da". Begge informantene uttrykker at tegn kan være med på å forsterke budskapet i teksten og understreke et poeng, på en

²⁵ I Store norske leksikon defineres slang på følgende måte: "(...) ord og uttrykk som avviker fra normalspråket, og som ikke er fagspråk eller dialekt. Slanguttrykk er uformelle og brukes ofte for å uttrykke sterke følelser" (Hasund, 2017).

²⁶ En interessant bemerkning som er nødvendig å si noe om, er at informantene sier at de bruker slang. Dette er en merkelig bruk, og som jeg heller ville sortert som en form for medialekt. Det er videre interessant at de ikke kategoriserer det som dialekt, noe som muligens kan komme av at det er denne språklige kategoriseringen de kjenner til.

²⁷ På bakgrunn av dette kan man tenke seg til at det trolig er en mer eller mindre bevisst handling, ikke ubevisst.

annen måte enn vanlig verbaltekst kan. Funn viser at emotikon og emoji er en slags erstatning for vanlig verbaltekst. Maria sier: "nån gang så legg æ bare inn en helt random emoji fordi æ ikke veit ka æ ska skriv". Det samme sier Hanna, og påpeker at hun gjerne bruker en emoji under selfier, "bare fordi at æ sku skriv noe". Semiotiske ressurser kan altså fungere som en erstatning, men også som en slags unnskyldning for å kunne publisere et innlegg, uten å måtte si noe morsomt, fint eller smart, i form av verbaltekst.

Semiotiske ressurser som for eksempel emoji er kan brukes som humoristiske virkemidler i en multimodal tekst. Maria sier at emojiene hun har brukt i innleggene fra både hennes offentlige og private profil, er med på å understreke poenget og fungerer som et humoristisk virkemiddel. Når det gjaldt tekstlige valg, så vi at det var en del konvensjoner og normer knyttet til bruk av ulike språk og dialekter. Dette gjelder også ved bruk av semiotiske ressurser. I S2 sier Maria at noen emoji er ikke brukes seriøst, og at det internt i vennegjengen er knyttet meninger til ulike emoji. "Tommel-opp"-emoji som er tatt i bruk i Marias private innlegget, beskrives for eksempel som en ikke-seriøs emoji. Den multimodale teksten jeg har valgt fra Hanna sin profil, inkluderer semiotiske ressurser i form av emotikon. Hun bruker skrifttegn i stedet for emoji, og sier at det er med på å forsterke ironien i innlegget. Hun sier videre at "en emoji e for mæ mer seriøst nesten, hvertfall i mitt miljø så bruke du sånne tegn, smilefjeset spesielt, for å vær ironisk". Også her blir interne regler og normer koplet til bruk av emotikon og emoji, vektlagt. Dette gjør også at tolkningsrommet kan bli nokså ulikt, ut ifra hvem som er mottaker. Noe som også er med på å understreke budskapet i teksten, er bruken av hashtag. Funn viser at hashtags ikke nødvendigvis brukes til det formålet de er ment, men heller som en form for metakommunikasjon. Blant annet Hougaard (2014: 43) sier at den språklige kontakten i dag, har ført til at det har oppstått såkalte medialekter. Dette er språkspesifikke språkformer som er tilpasset det mediet som tas i bruk. Hashtags er et godt eksempel på dette, og kan underbygges av det Maria sier om hennes bruk av "#turist": "det understrekt at det va veldig turist".

6 Drøfting

I det avsluttende kapitlet vil jeg se nærmere på funnene presentert i kapittel 5. Jeg ønsker å trekke fram likheter og forskjeller som fremgår på privat og offentlig profil, og drøfte svarene i lys av det teoretiske rammeverket for oppgaven. Drøftingen vil skje ut fra det konnotative nivået, hvor man ser nærmere på bildet og tekstens mening, ut fra en mer fortolkende tilnærming. I dette nivået sier Barthes (1964: 91-92) at forskerens subjektive opplevelse inkluderes i tolkningen. Dette blir altså en fortolkningsjobb som kan ses i sammenheng med den hermeneutiske tradisjonen. Strukturen i kapitlet vil basere seg på det jeg anser som mine to hovedfunn, og hensikten med drøftingskapitlet vil være å besvare hovedproblemstillingen. Det vil derfor være naturlig å inkludere forskningsspørsmålene jeg formulerte innledningsvis. For ordens skyld vil jeg repetere hovedproblemstillingen og forskningsspørsmålene, før jeg tar fatt på drøftingen:

Hvordan skiller private og offentlige Instagram-innlegg seg fra hverandre når det gjelder semiotiske og tekstlige valg?

1. *Hva karakteriserer prosesser som språkbruker går gjennom før publisering av multimodal tekst på Instagram?*
2. *Hva kan denne prosessen si om selvfremstilling og mottakerbevissthet?*
3. *Hvordan kan man forstå bevisste og mindre bevisste, tekstlige og semiotiske valg?*

6.1 Hovedfunn 1: "Det er jo gjerne overflaten dæm ser da". Ulik selvfremstilling og mottakerbevissthet på privat og offentlig profil.

Det første funnet jeg vil trekke fram, går på selvfremstilling og mottakerbevissthet, og publikums innvirkning på valg som blir tatt. Tall fra Medietilsynet sin undersøkelse av barn og medier i 2016, viser til at tilbakemeldinger på sosiale medier er viktig og at kommentarer og likes har noe å si for avsender. Funnet fra min studie viser at informantene mine i utgangspunktet rapporterer at de ikke bryr seg om likes og kommentarer, men jeg kan likevel se en tendens til at de faktisk lar seg påvirke av de tilbakemeldingene de får.

Som vist i analysen, presiserer Maria eksplisitt at "det er i hvertfall ikke viktig på den private", og Hanna nevner at de anser seg selv som mer sårbar når de publiserer et innlegg hvor motivet er av dem selv. Disse utsagnene er for meg en form for mer eller mindre bevisst refleksjon med tanke på hvem som har tilgang til publisert materiale. Det at likes ikke er viktig på den private profilen kan komme av at de er veldig klar over hvem som kan se hva som publiseres på denne profilen. På deres offentlige profil har de mye mindre kontroll på dette. Det er en ting at

de kan se hvem som faktisk følger dem, men de har ingen oversikt over hvem som er innom og ser, uten å følge dem eller like innleggene deres. Dersom vi tenker oss at ungdom i samme aldersgruppe har like tanker rundt sårbarhet knyttet til publisering av for eksempel selfies, kan man også tenke seg at denne følelsen gjør at folk oftere ”liker” selfies. Når man scroller²⁸ gjennom bilder på Instagramprofilen sin og ser en selfie, kan man tenke seg til at det likes hyppigere, i og med at man selv vet at det ligger en del sårbarhet knyttet til det å publisere et slikt innlegg. Disse tankene kan blant annet koples til det Blikstad-Balas (2016: 62-63) sier om at likes kan påvirke det som publiseres, i form av at tekstprodusenten tenker på hvor mange likes et innlegg kan generere. Når en digital multimodal tekst publiseres på for eksempel Instagram, vil det som publiseres, være påvirket av den sosiale settingen og samspillet som oppstår i denne samhandlingen. Funnene viser at informantene på en eller annen måte lar seg påvirke av publikumet, og i så måte kan vi si at det eksisterer en mottakerbevissthet knyttet til likes.

Tidligere studier gjør et poeng ut av kommentarenes innvirkning på den opprinnelige teksten. Kommentarer ses på som en viktig del når det er snakk om hvilken rolle publikum har. Blikstad-Balas (2016: 62-63) viser blant annet til at publikum har fått en større innvirkning på den opprinnelige teksten som publiseres. Hun sier at sosiale medie-plattformer som Instagram åpner opp for flere bidragsytere i en tekstskapingsprosess, blant annet ved at man kan skrive kommentarer. Et interessant funn er at informantene ikke anser kommentarer som viktige. De uttrykker at de sjelden leser kommentarer, og at dersom de faktisk gjør det, så tenker de ikke noe særlig over det som skrives. Selv om informantene mine sier om at kommentarer ikke er med på å påvirke den opprinnelige teksten, viser noen av funnene mine at kommentarer likevel kan være med på å forme det de publiserer. De trekker fram kommentarer som er med på å poengtere budskapet deres, og som er med på å bekrefte humoren i teksten. Selv om informantene i utgangspunktet sier at de ikke tenker over kommentarer eller bryr som om ting som blir skrevet, viser funn at de muligens, mer eller mindre bevisst, lar seg påvirke av mottakers kommentarer.

Innenfor den kognitive forskningstradisjonen er det sentralt å se på de mentale strategiene som tas i bruk når man for eksempel skriver tekst. Den multimodale teksten fra Hannas offentlige profil, er et godt eksempel på at det eksisterer en form for bevissthet med tanke på publikum. For Hanna var det blant annet viktig å få poengtert, gjennom ulike modaliteter, at ravioliene var hjemmelaget. Dette kan, som Blikstad-Balas er inne på, være en bevisst selvregulering fra Hanna

²⁸ Å ”scrolle” er å kjapt pløye seg gjennom bilder og tekst på en skjerm.

sin side, hvor fokuset på mottaker er sentralt. Med den sosialkonstruktivistiske bølgen har det blitt større fokus på hvordan man kan skape sosiale identiteter gjennom språkbruk og semiotiske praksiser. Barton og Lee (2013: 68) sier at man som tekstprodusent kan bestemme hvordan man ønsker å presentere seg selv, blant annet ved å ta valg når det gjelder språk. Hanna velger å ta i bruk verbalspråket for å presisere at ravioliene er hjemmelaget. Dersom innlegget hadde blitt publisert uten tekst, er det ikke nødvendigvis slik at mottaker ville forstått at det var hjemmelaget. På denne måten spiller verbalteksten en viktig rolle. Hannas presisering i form av det verbalspråklige kan også være med på å fremstille henne på en viss måte. Ved å selv kunne bestemme hva og hvordan noe som presenteres for mottakere, får man mulighet til å forme sin egen sosiale identitet. Selvfremstilling, som flere forskere er inne på, skaper rom for at folk kan konstruere egenskaper og fremstille seg selv ut ifra hva man selv ønsker (ibid.).

Funnene mine viser nokså klare forskjeller på hvordan selvfremstilling kommer til uttrykk på de ulike profilene. Begge informantene tar på seg en slags maske, og viser den mer polerte hverdagen på sin offentlige profil. Maria tar i bruk ordet ”fasade”, noe som passer godt med tanke på de funnene jeg har sett. På offentlig profil konstrueres og fremstilles den polerte, mer spennende hverdagen, mens de på sin private profil viser en mer ærlig framstilling av seg selv og livet sitt. Maria sier at man på privat profil kan publisere innlegg av den mer kjedelige hverdagen, mens hun til sammenligning publiserer de mer spennende og interessante hendelsene på offentlig profil. På den private profilen publiseres den mer useriøse siden, og de tar i bruk humor i mye større grad. Den polerte hverdagen, fasaden, er en bevisst selvfremstilling fra avsender sin side. Mottakerbevisstheten er klart til stede, og avsenders egen inntrykkshåndtering er sentral. Jeg vil samtidig driste meg til å si at også den useriøse siden, til en viss grad er en mer eller mindre bevisst selvfremstilling. I mine undersøkelser framstår praksisen for hva som publiseres på den private profilen, nokså lik hos begge informantene mine. Dette bekreftes ytterligere i tidligere studier som er gjennomført. I denne sammenhengen er det relevant å trekke inn Goffmans begreper ”frontstage” og ”backstage”. Som nevnt tidligere, er frontstage og backstage at vi i sosiale situasjoner inntar ulike roller og tilpasser oss det publikummet vi har (Goffman, 1992: 114). De multimodale tekstene informantene publiserer på de private profilene sine kan minne om det Goffman beskrives som backstage, fordi bildene er mer hverdagslige, ærlige og ekte. De multimodale tekstene som publiseres på offentlig profil kan derfor sammenlignes med Goffmans frontstage-begrep, hvor de beste sidene vektlegges.

Det er også relevant å trekke inn publikum i denne sammenhengen, da det er nokså ulikt hvem det er som er mottaker på deres offentlige og private profil. Blikstad-Balas (2016: 61) viser i sin studie til at det er nokså vanlig med to eller flere profiler blant ungdom idag. Mine egne funn viser at det er et tilsynelatende sammensatt publikum de forholder seg til, på de ulike profilene sine. Dette kan føre til at hensyn og valg som blir tatt, baserer seg på det publikummet man vet at man har. Som vi har vært inne på, kan avsender ta ulike valg, basert på hvem det er man forholder seg til og hvilket inntrykk man ønsker å gi. Goffman (1992: 96) mener at man i ulike situasjoner kan gi et idealisert inntrykk ved å fremheve visse forhold og dekke til andre. En slik fremstilling beskriver han som ”impression management”. Innleggene på privat profil minner på mange måter om Goffmans beskrivelse av backstage. Selv om det er lett å plassere innleggene fra privat profil her, er det faktisk ikke alle situasjoner fra den mer ærlige hverdagen som publiseres her. Selv sier de at det gjerne er en mer ærlig side som fremstilles, som for eksempel innlegget fra Hanna sin private profil. Hanna sier at hun aldri ville publisert dette på offentlig profil, så selv om det er en ærlig framstilling av hverdagen, er det én side av hverdagen. Mange situasjoner publiseres heller ikke på privat profil, av ulike årsaker. Dette betyr likevel at det på samme måte som på offentlig profil, kun er en liten del som presenteres. På bakgrunn av dette kan man si at det både på offentlig og privat profil, er en selektiv del av hverdagen som fremstilles.

6.1.1 Sammendrag av hovedfunn 1

Et nokså passende sitat, som på mange måter oppsummerer det første hovedfunnet er: ”Their social identity is partially defined by themselves and partially defined by others” (boyd, 2008: 137). Funnene mine viser at likes og kommentarer er viktigere enn de i utgangspunktet gir uttrykk for. Likevel er det interessant å se at kommentarer har såpass lite å si, med tanke på hva tidligere studier viser til. Kommentarene som skrives fra venner og følgere viser seg å ha noe å si, først og fremst når det kommer til å underbygge et budskap eller poeng i den multimodale teksten. Tidligere studier gjør et poeng ut av at man på sosiale medier får flere bidragsyttere til en tekst, men funn fra min undersøkelse viser at informantene ikke tenker nevneverdig mye over kommentarer på sine egne innlegg, og heller ikke når de selv er publikum til andres innlegg.

Man kan se at bevissthet med tanke på publikum og mottaker, er med på å påvirke det som publiseres på Instagram. Dette inngår videre i det jeg har valgt å kalle selvframstilling. Det er ulik praksis for hvordan informantene bevisst, eller mer eller mindre bevisst, foretar valg med tanke på publisering på privat og offentlig profil. Dette har jeg blant annet sett i lys av Goffmans

beskrivelse av frontstage og backstage. Vi kan se at det som publiseres på de ulike profilene blir formet av den sosiale konteksten teksten oppstår i, og at det uavhengig av offentlig-privat-aspektet vil være en form for selvregulering knyttet til publisering på Instagram. Det sosiokulturelle literacy-synet innebærer blant annet at tekst, språk og kommunikasjon foregår innenfor en større sosial kontekst (Blikstad-Balas, 2016:18). Dette skjer både på offentlig og privat profil.

6.2 Hovedfunn 2: "Når vi skriv skikkelig brei trønder, da e vi ganske ironisk". Ulike tekstlige og semiotiske valg på privat og offentlig profil

Mitt andre hovedfunn tar for seg de tekstlige og semiotiske valgene som tas, og hvordan språk er en sentral del når noe publiseres på de ulike profilene. Som vi har sett til nå, kan prosessen med å planlegge og evaluere det som skal publiseres, betegnes som en form for selvregulering.

Selvregulering inkluderer at produsent av en multimodal tekst tar valg med tanke på både verbaltekst og andre semiotiske ressurser. I analysen kommer det fram at informantene mine vektlegger viktigheten av verbaltekst på de ulike profilene sine nokså ulikt. Maria mener det er viktigst med en gjennomtenkt tekst på offentlig profil, mens Hanna mener det er viktigere på privat profil. Maria vektlegger at "alle" kan se hva som publiseres på offentlig profil, og at det kun er folk hun kjenner på privat profil. For Hanna brukes det mest tid på privat profil fordi hun gjerne føler at hun må være mer morsom, og også på grunn av at hun gjerne publiserer mindre tekst på offentlig profil. Også her kan vi se til det sosiokulturelle literacy-synet hvor tekst, språk og kommunikasjon må ses i sammenheng med en større sosial kontekst. På en mer eller mindre bevisst måte, tenker informantene på den sosiale konteksten rundt tekstproduksjonen, men vektlegger de ulike sosiale kontekstene på forskjellig måte. Selv om vektleggingen er noe ulik, foregår det en mer eller mindre bevisst selvregulering fra begge med tanke på tekstlige valg.

Alan Bell (1997: 240) sier at språklig stil avhenger av ulike sosiale settinger, og at språkbruker i enhver situasjon har mulighet til å foreta forskjellige valg med tanke på språk. Dette kaller Barton og Lee (2013: 31) for "stance-taking". Funn fra min undersøkelse viser at slike språkvalg foretas av informantene mine når de produserer verbaltekst på Instagram. Hanna uttrykker at hun tidvis føler at hun burde skrevet på dialekt, da de fleste av vennene hennes gjør dette på Instagram. Dette kan ses i sammenheng med det Aalen (2015: 66) beskriver som "public commitment". Som avsender er man bevisst på at andre ser det som publiseres, og dermed kan man bli bevisst på hvordan man selv fremstår. Ved å reflektere rundt språklige valg, viser Hanna

at hun ”har literacy”, og evner å se det språklige i en større sosial sammenheng. Blikstad-Balas (2016: 10) viser blant annet til at bevisste, eller mer eller mindre bevisste, språkvalg skjer innenfor større sosiale kontekster, og at sosiale og kulturelle sammenhenger kan spille inn på valg som blir tatt. Dette ser vi for det første hos Hanna, da hun tenker på hvordan hennes språkvalg vil se ut i en større sosial kontekst. Et interessant funn er at Maria viser en større bevissthet rundt bruk av dialekt nær skriving. Funn viser, og informantsamtalene bekrefter, at Maria har en talemålsnær uttrykksform på sin offentlige profil, sammenlignet med sin private profil, hvor hun skriver på det hun kaller ”brei trøndersk dialekt”²⁹. Med dette mener hun at hun gjerne bruker dialekt på offentlig profil, men at dialekten da gjerne er litt ”penere”³⁰ i formen, sammenlignet med dialektbruken på privat profil. Bevisstheten Maria viser med tanke på språklige og tekstlige valg, står i kontrast med funn fra samtalene med Hanna. Selv om Hanna viser en form for bevissthet med tanke på språk, kommer det fram i samtalene at hun ble overrasket når jeg viste til dialektbruk både på hennes offentlig og private profil. Coulmas (2013: 206) sier at språkplanlegging og språkvalg ikke nødvendigvis trenger å være begrunnet, noe vi kan tenke oss at er tilfellet for Hanna. I denne sammenheng er det verdt å nevne at Instagram, og lignende sosiale medie-plattformer, på mange måter er en hybrid mellom det muntlige og skriftlige. Det eksisterer en skriftlig manifestasjon, som er på god vei til å bli mer og mer muntlig, da man i større grad enn tidligere kan være både direkte og interaktiv. Dette kan muligens være med på å forklare den muntlige formen som ofte kommer til uttrykk i digitale, multimodale tekster, blant annet i form av kortere fraser.

Når det gjelder språklige og tekstlige valg, har jeg presentert funn som går på bruk av humor og engelsk. Selv om Hanna tilsynelatende bruker dialekt nokså ubevisst, viser det seg at hun bevisst bruker dialekt når det skal fungere som et humoristisk virkemiddel. Det samme viser funn fra samtalene med Maria, og begge informantene uttrykker at trøndersk dialekt i noen sammenhenger blir brukt som et virkemiddel for å få fram useriøsiteten i en multimodal tekst, eller for å understreke humoren ytterligere³¹. Bruk av engelsk kan også i noen tilfeller være et virkemiddel for å fremme humoren i teksten. Samtidig viser funn at engelsk ofte kan være et

²⁹ Dette kan tenkes å være en stilisert beskrivelse av talemålet, og en ekstra fremheving av dialektalitet.

³⁰ Med ”penere” mener hun mer i tråd med det hun selv bruker, personlig i hverdagen. Man kan anta at ”penere” blir brukt for å fremheve hennes bruk av trondheimsdialekten/trondheimsmålet.

³¹ Jf. Marias uttalelse om bruk av ”brei trøndersk dialekt”.

naturlig valg, da det mangler gode ekvivalenter eller at det engelske uttrykket rett og slett høres ”bedre”³² ut. Disse funnene kan settes i sammenheng med Coulmas (2013: 206) tanke om at alle språkvalg rettes mot en hensikt, selv om det ikke nødvendigvis ligger en klar tanke i selve handlingen. En nokså interessant bemerkning, er at informantene mine ikke reflekterte nevneverdig rundt sin egen bruk av engelsk, og særlig ikke når det gjelder bruk av engelsk og norsk i samme setning. Maria er inne på at hun gjerne bruker engelsk for å erstatte dårlige norske oversettelser eller uttrykk, eller i situasjoner hvor engelsk ”høres bedre ut” enn norsk. Kan man kanskje si at bruk av engelsk er en ureflektert handling, eller er det bare konturene av framtidnorsken? Skal vi basere oss på forskning som er gjort tidligere, og nåtidens økende bruk av engelske ord og uttrykk, er det nok ikke bare et ubevisst lingvistisk grep. Tidligere eksempler, viser at informantene kodeveksler i en og samme setning, men funn viser ikke til en bevisst handling knyttet til lignende språkvalg.

Det moderne synet på literacy betrakter ulike modaliteter som en viktig del når man skal formidle et innhold. Samtlige bestanddeler i en verbaltekst vil sammen med konteksten der en tekst oppstår, samlet formidle et innhold (Blikstad-Balas, 2016: 10). Selv om multimodale tekster ikke er et nytt konsept, har innholdet i multimodale tekster endret seg de siste årene. Bestanddelene har blitt langt flere, først og fremst med tanke på semiotiske ressurser som emotikon og emoji. Dette har gjort at multiliteracies ofte blir et mer dekkende begrep når vi snakker om tekst og tekstproduksjon (Sjøhelle, 2013: 109). Funn viser at praksisen for bruk av emotikon og emoji kan være nokså ulik, på de forskjellige profilene. For det første blir både emotikon og emoji ilagt visse interne ”regler” eller normer. I nær omgangskrets blir ulike emoji sett på som både ironiske og mer seriøse. Dette blir tydeliggjort ved at Maria blant annet trekker fram ”tommel-opp”-emojien hun har brukt i sitt private innlegg. For henne, og hennes vennegjeng, er dette en emoji som tas i bruk som en ikke-seriøs emoji. Hanna sier at bruk av emotikon, som hun blant annet bruker i sitt private innlegg, ofte er ilagt en form for humor og ironisk distanse. Blikstad-Balas (2016: 53-54) sier at nettbasert literacy og større innslag av ulike modaliteter, har gjort at mottaker av en multimodal tekst har fått flere semiotiske elementer å forholde seg til. Dette ser vi tydelig i de funnene jeg har trukket fram. Selv om produsent av en multimodal tekst har ilagt de semiotiske ressursene en egen form for mening, vil ikke mottaker

³² Informantenes ord.

nødvendigvis ha innsikt i de samme konvensjonene. Dette gjør blant annet at tolkningsrommet kan bli nokså ulikt, ut ifra hvem som er mottaker.

Emotikon og emoji gjør at vi måttet utvide språk- og tekstbegrepet, for å kunne forstå helheten i det semiotiske landskapet. Som vi har sett, er nevnte semiotiske ressurser en viktig del når verbaltekst skal publiseres på sosiale medier og det framgår i analysen at informantene mine ser på tekst som en viktig del av publiseringsprosessen på Instagram. I dette legger de også stor vekt på tegn. Blant annet kan tegn være med på å understreke et poeng eller fremheve et budskap, samtidig som de ofte fungerer som et humoristisk virkemiddel. Både Hanna og Maria trekker fram at emotikon og emoji i mange tilfeller fungerer som en forsterkende effekt når de skriver en tekst. Dette funnet kan settes i sammenheng med det Løvland (2010: 2) sier om multimodal redundans. Dette handler som sagt om at ulike modaliteter kan formidle den samme informasjonen, men på forskjellige måter. Det foregår altså ikke en identisk gjentakelse, men meningsinnholdet blir på en eller annen måte uttrykt gjennom begge modalitetene, noe vi kan se i de eksemplene jeg har trukket fram. Hougaard (2014: 43) mener at den språklige kontakten har ført til at det har oppstått såkalte medialekter og at slike mediespesifikke språkfenomen blir tilpasset det mediet som tas i bruk. Hun trekker fram hashtags som eksempel, og sier videre at medialekter blir en form for metakommunikasjon. Begge informantene mine uttrykker at de ikke er hyppige brukere av hashtags, men at bruk av hashtag gjerne fungerer som et humoristisk virkemiddel for å understreke et poeng. Maria bruker en hashtag som en del av den multimodale teksten, noe som kan eksemplifiseres som multimodal redundans i innlegget. Ved å ta i bruk hashtag, blir meningsinnholdet og budskapet forsterket i form av en annen modalitet og uttrykk.

Et annet interessant funn fra datamaterialet mitt, er hvordan semiotiske ressurser som for eksempel emoji, kan fungere som en slags erstatning for vanlig verbaltekst. Informantene mine trekker fram at de gjerne kan inkludere en emoji de gangene de ikke har noe annet å skrive. Informantene mine sier videre at de ofte kan føle at de *må* skrive noe dersom de skal publisere et innlegg på en av profilene sine, og at tegn i form av en emoji gjerne kan fungere som en unnskyldning for å i det hele tatt publisere et innlegg.

6.2.1 Sammendrag av hovedfunn 2

Funn viser at informantene på en mer eller mindre bevisst måte, tenker på den sosiale konteksten rundt tekstproduksjonen, selv om de vektlegger de ulike sosiale kontekstene på forskjellige måter. Selv om vektleggingen er noe ulik, foregår det en mer eller mindre bevisst selvregulering

fra begge med tanke på tekstlige valg. Informantene mine har en noe ulik praksis når det gjelder dialektbruk på Instagram. Maria viser en større bevissthet knyttet til bruk av dialekt enn Hanna gjør. En av grunnene til dette kan være at Maria i større grad tar i bruk et mer talemålsnært språk på begge profilene sine. Hanna bruker i større grad bokmål på sin offentlige profil, og har innslag av dialekt på sin private profil. Funn viser at informantene mine tar i bruk det de kaller ”brei trøndersk dialekt” som et humoristisk virkemiddel, og at mer talemålsnær dialekt eller bokmålsnær dialekt brukes ellers. Begge informantene har et nokså bevisst forhold til bruk av engelsk både på offentlig og privat profil.

I mange tilfeller fungerer semiotiske ressurser som en slags erstatning for annen verbaltekst, og i noen tilfeller blir emoji'er tatt i bruk for å ha en slags unnskyldning til å publisere et bilde uten annen tekst. Funn viser en tendens til at emoji'er og emotikon ofte får et større og mer intern meningsinnhold, og emoji'er blir ofte sett på som en mer seriøs semiotisk ressurs enn emotikon. Det multimodale samspillet som oppstår når semiotiske ressurser tas i bruk, viser at samtlige modaliteter i en tekst vektlegges når en multimodal tekst publiseres. Selv om noen av valgene som blir tatt er mer eller mindre bevisste, har alle en eller annen form for hensikt.

6.3 De siste konkluderende ord

Hovedproblemstillingen min reiste spørsmål om hvordan private og offentlige Instagram-innlegg skiller seg fra hverandre hva gjelder semiotiske og tekstlige valg. Jeg ønsket å se på hva som foregår før publisering på Instagram, hvordan selvframstilling og mottakerbevissthet gjør seg gjeldende og hvilke tekstlige og semiotiske valg som foretas. Funnene mine viser at informantene vektlegger verbaltekst som en viktig komponent når de publiserer digitale tekster på Instagram, og at de bruker lengst tid på å finne ut hva som faktisk skal skrives. Noe som står i kontrast med tidligere studier sine funn, er at informantene mine ikke nødvendigvis vektlegger tilbakemeldinger fra publikum, i den grad vi kunne sett for oss. Samtidig viser funnene mine at kommentarer og likes, på ulike måter, er med på å påvirke hva som publiseres på de ulike profilene, og på så måte blir publikum en viktig del når det gjelder tekstproduksjon, selvframstilling og mottakerbevissthet på Instagram.

Den største forskjellen mellom det som publiseres på private og offentlige profiler hva gjelder semiotiske valg, er at det brukes mer semiotiske ressurser i tekster på privat profil. Dette kommer til uttrykk gjennom bruk av emoji'er, hashtags og emotikon. Hashtag brukes som en form for metakommunikasjon, og vi kan se at de ulike modalitetene som tas i bruk opptrer i et

samspill. Vi har sett at informantene ofte gir de ulike semiotiske ressursene forskjellig, eller bredere mening. Funnene viser blant annet at noen emoji'er ofte blir sett på som mer seriøse, sammenlignet med emotikon, og på så måte blir gitt en mer spesialisert funksjon. Vi har også sett at tekstlige og semiotiske valg kan ses i sammenheng med det Løvland kaller multimodal redundans. Et interessant funn, er at informantene på mer eller mindre bevisst vis, har tenkt på hvordan ulike modaliteter, i et samspill, kan formidle et tydeligere budskap i den digitale teksten. Når det gjelder tekstlige valg på privat og offentlig profil, kan vi se en tendens til at dialekt i større grad tas i bruk på privat profil. Det som publiseres på privat profil kan ses i sammenheng med Goffmans backstage-begrep, som kan være med å forklare den hyppigere bruken av dialekt og humor som virkemiddel i private, multimodale tekster. Informantene mine viser en noe ulik praksis når det gjelder tekstlige valg, men en samlet tendens er et større innslag av bokmålsnært verbalspråk på offentlig profil, sammenlignet med privat profil. Funnene viser med andre ord at det blir foretatt mer eller mindre bevisste valg, både med tanke på semiotiske ressurser og øvrig verbalspråk, på begge Instagram-profilene.

Et interessant moment som synliggjøres av presenterte funn, er at informantene har en bevissthet knyttet til at multimodale tekster deles og blir sett av et publikum. Bevisstheten rundt dette er et kommunikativt element som påvirker prosessene med å ta bilde, bearbeide, produsere tekst og dele et innlegg på Instagram. Hele tekstskapingsprosessen, med alle modaliteter og språklige ressurser som tas i bruk, er en omfattende produksjon. Produksjon av en multimodal tekst på Instagram omfatter en reformulering og en presentasjon av et innhold på en ny måte.

Funnene mine tyder på at informantene kun viser en avgrenset del av identiteten og hverdagen sin på begge profiler, men på ulikt vis. Funnene viser at den polerte fasaden fremstilles på offentlig profil, mens den mer ærlige siden fremstilles på privat profil. Følgelig får tekstprodusenter på Instagram større frihet og handlingsrom til å fremstille de sidene de ønsker å fremstille. Den mer eller mindre bevisste selvframstillingen kommer til uttrykk gjennom de ulike modalitetene man som produsent av en digital tekst benytter seg av. Et resultat av at man idag har langt flere modaliteter og ressurser å forholde seg til, i en og samme tekst, er at man blir nødt til å forholde seg til et bredt språk- og tekstbegrep for å kunne si noe om hvordan språk brukes på digitale sosiale medier, og hvordan tekstskapingsprosesser foregår.

7 Videre forskning

Ved å gjennomføre en studie av tekstskapingsprosesser på sosiale medier, fra et sosiolingvistisk perspektiv, har jeg begitt meg ut i et nokså uberørt felt, i norsk sammenheng. Mye av den tidligere forskningen jeg har vist til, og det teoretiske grunnlaget jeg har basert oppgaven min på, nevner ikke Instagram eksplisitt. Min analyse, tolkning og drøfting har i stor grad støttet seg på funn som er gjort på lignende sosiale medie-plattformer. Dette har gjort at mine funn på mange måter står alene. Arbeidet med denne oppgaven har gjort meg enda mer bevisst på at dette er et felt som bør studeres nærmere. Den teknologiske utviklingen stagnerer ikke, og blir stadig en viktigere del av ungdoms hverdag. Min studie er liten, og datamaterialet jeg har samlet inn kan kun gi oss et lite innblikk i hvordan tekstskapingsprosesser på sosiale medier foregår. Funnene mine kan si noe om en tendens, hvilket har åpnet opp for at feltet uten tvil kan, og bør, forskes mer på.

I min studie har den verbalspråklige funksjonen vært essensiell. Når man studerer de nye digitale medie-plattformene er det viktig å se på det visuelle. Men samtidig er det viktig å også se på det verbalspråklige. Som jeg har vært inne på, har språkbegrepet utviklet seg til å favne bredere. Nettopp derfor er det viktig å se på både bildedelingsfunksjonen, og det verbalspråklige når man studerer digitale tekster i sosiale medier. Ved å studere dette nærmere inkluderer man også andre semiotiske ressurser, og samlet kan det utvidede tekst- og språkbegrepet si noe mer om det tekstlige samspillet.

Innenfor sosialkonstruktivismen sies det at man må anerkjenne at dagens sosiolingvistiske forskningsfelt er bredt, og at dette innebærer at man som forsker på feltet må inkludere nye tenkemåter og arenaer når man studerer språk. Nettopp dette er med på å underbygge mine tanker om at det nokså uberørte feltet, særlig i norsk kontekst, må studeres nærmere. Som jeg har vært inne på er det så å si ingen forskning på Instagram som tekstskapingsarena og språklig studiefelt i Norge. Min studie er liten, men den er en start. Jeg håper dette kan føre til at diskusjonen om det medierte språket fortsetter, og forhåpentligvis kan denne undersøkelsen være med på å synliggjøre de mange, mulige retningene som kan studeres innenfor dette feltet.

8 Referanseliste

- Aalen, I. (2013). *En kort bok om sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Akselberg, G. & Mæhlum, B. (2011). Sosiolingvistisk metode. I B.Mæhlum (red.). *Språkmøte. Innføring i sosiolingvistikk*. (s. 73-87). Oslo: Cappelen akademisk forlag. (2.utg., 2.oppl.)
- [BUF] Barne-, ungdoms- og familiedirektoratet (2017). *Barn og unges mediebruk*. Hentet fra: https://www.bufdir.no/Statistikk_og_analyse/Oppvekst/Fritid/Barn_og_unges_mediebruk/ den 4. september 2017
- Barthes, R. (1964). Billedets Retorik, I Fausing, B. & Larsen, P.(red.). *Visuel kommunikasjon*. (s. 44-57). København: Medusa
- Barton, D. & Lee, C. (2013). *Language online. Investigating Digital Texts and Practices*. London og New York: Routledge
- Bell, A. (1997). Language style as audience design. I N. Coupland & A. Jaworski (red.). *Sociolinguistics*. (s. 240-250). Macmillan Education UK.
- Blikstad-Balas, M. (2016). *Literacy i skolen*. Oslo: Universitetsforlaget
- boyd, D. & Ellison, N.B. (2007). *Social network sites: Definition, history, and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 11.
- boyd, D. (2008). Why Youth (Heart) Social Network Sites: The Role of Networked Publics in Teenage Social Life. I D. Buckingham (red.). *Youth, Identity and Digital Media* (s. 119-142). Cambridge, Massachusetts: MIT Press.
- Christensen, V. (2016). Elevers produktion af multimodale tekster. Hvad ved vi og hvad mangler vi?. *Acta Didactica Norge*, 10(3),
- Coulmas, F. (2013). *Sociolinguistics: The study of speakers' choices*. Cambridge University Press.
- Dalen, M. (2004). *Intervju som forskningsmetode – en kvalitativ tilnærming*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Dalland, O. (2012). *Metode og oppgaveskriving*. (5.utg., 1.oppl.) Oslo: Gyldendal Akademisk
- Enjolras, B., Karlsen, R., Steen-Johansen, K. & Wollebæk, D. (2013) *Liker- liker ikke: Sosiale medier, samfunnsengasjement og offentlighet*. Oslo: Cappelen Damm Akademisk.
- Gentikow, B. (2005). *Hvordan utforsker man medieerfaringer? Kvalitativ metode*. Kristiansand: IJ-Forlaget.
- Gee, J. P. (2003). Discourse analysis: What makes it critical? I R. Rogers (red.). *An Introduction to critical discourse analysis in education* (s. 19-50). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Goffman, E. (1992). *Vårt rollespill til daglig*. Oslo: Pax Forlag.
- Halkier, B. (2002). *Fokusgrupper*. Frederiksberg: Samfundslitteratur & Roskilde Universitetsforlag.
- Hall, S. (2003). The work of representation. Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, (s. 13-75). London: SAGE Publications. Hentet fra: <http://preview.tinyurl.com/mszygxd> (forkortet URL med preview), den 26. september 2017.
- Hasund, I.K. (2017). *Slang*. Hentet fra: <https://snl.no/slang>, den 8. november

- Holmes, J. (2013). *An Introduction to Sociolinguistics*. London og New York: Routledge (4.utg.).
- Hougaard, T. T. (2014). Sproglige forandringer i de nye medier—fra chatstil til hashtagpoesi. *NyS, Nydanske Sprogstudier*, 46(46), 39-66.
- Hougaard, T. T. (2015). Bidrag til en karakteristik af identitetskonstruktion på nettet-fra virtuel til medialiseret identitet. *Skandinaviske Sprogstudier*, 6 (3).
- Hjarvard, S. (2007). Sprogets medialisering. I *Sprog i Norden* (s. 29-45). Helsingfors: Nordisk Sprogkoordination.
- Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009). *Det kvalitative forskningsintervju* (2. utg., 1. oppl.). Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lai, L. S., & Turban, E. (2008). Groups formation and operations in the Web 2.0 environment and social networks. *Group Decision and negotiation*, 17(5)
- Lüders, M. (2015). Researching Social Media. I H. C. Ingierd & H. Fossheim (red.). *Internet Research Ethics* (s. 77-97). Oslo: Cappelen Damm.
- Løvland, A. (2010). Multimodalitet og multimodale tekster. I *Norsklæraren*, 2.
- Machin, D., & Mayr, A. (2012). *How to do critical discourse analysis: a multimodal introduction*. Los Angeles, California: Sage.
- Medietilsynet.no (2016). *Barn og medier 2016. Barn og unges (9–16 år) bruk og opplevelse av medier*. Hentet fra: http://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2016_barnogmedier.pdf, den 4. september 2017.
- NOU 2015:8 (2015). *Fremtidens skole – Fornyelse av fag og kompetanse*. Hentet fra: <https://www.regjeringen.no/contentassets/d4148fec8c4a4ab88daa8b677a700292/no/pdfs/nou201520150008000dddpdfs.pdf>, den 5. september 2017.
- Ordnnett.no (2017a). *Emneknagg*. Hentet fra: <https://www.ordnett.no/search?elementRefid=59805143&phrase=emneknagg&publications=55>, den 7. november 2017.
- Ordnnett.no (2017b). *Selfie*. Hentet fra: <https://www.ordnett.no/search?language=no&phrase=selfie>, den 7. november 2017.
- Ordnnett.no (2017c). *Emotikon*. Hentet fra: <https://www.ordnett.no/search?language=no&phrase=emotikon>, den 7. november 2017.
- Ordnnett.no (2017d). *Emoji*. Hentet fra: <https://www.ordnett.no/search?language=no&phrase=emoji>, den 7. november 2017.
- Postholm, M. B. (2005). *Kvalitativ metode: en innføring med fokus på fenomenologi, etnografi og kasusstudier*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Quist, P. (2009). Sociolingvistik i bevegelse. I Asgerd Gudiksen m. fl. (red.): *Dialektforskning i 100 år*. (s. 107-127). København: Afdeling for Dialektforskning, Nordisk Forskningsintitut, Københavns Universitet
- Ringdal, K. (2001). *Enhet og mangfold : samfunnsvitenskapelig forskning og kvan ta v metode*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Røyneland, U. (2011). Språk-og dialektkontakt. I B.Mæhlum (red.). *Språkmøte. Innføring i sosiolingvistik*. (s. 44-69). Oslo: Cappelen akademisk forlag. (2.utg., 2.oppl.).
- Sennett, R. (2004). *Respect*. London: Penguin Books.
- Schoenbach, R., & Greenleaf, C. Y. N. T. H. I. A. (2009). Fostering adolescents' engaged academic literacy. I Christenbury, L. (red..) *Handbook of adolescent literacy research*. (s. 98-112). Guilford Press.

- Sjøhelle, D.K. (2013). Multimodal tekstforming – en nøkkel til økt leseforståelse? I D. Skjelbred og A. Veum (red.). *Literacy i læringskontekster* (s.109-120). Oslo: Cappelen Damm akademisk.
- Skog, B. (2012) *Hva er det med "liker!" på Facebook?* Hentet fra: <https://forskning.no/content/hva-er-det-med-liker-pa-facebook>, den 15.september 2017
- Tapscott, D. (1998). *Growing up digital. The Rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.
- Thagaard, T (2003). *Systematikk og innlevelse: en innføring i kvalitativ metode*. 2. utg. Bergen: Fagbokforlaget.
- Tjora, A. (2013). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2. utg.). Oslo. Gyldendal.
- Tobin, S. J., Vanman, E. J., Verreynne, M., & Saeri, A. K. (2015). Threats to belonging on Facebook: Lurking and ostracism. *Social Influence*, 10(1)
- UNESCO (2004). *The plurality of literacy and its implications for policies and programs: Position paper*. Hentet fra: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001362/136246e.pdf> den 5. september 2017.
- UNESCO (2005). *Education for all. Literacy for life*. Hentet fra: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001416/141639e.pdf>, den 5. september 2017.
- Urbandictionary.com (2014). *Crazy Cat Lady*. Hentet fra: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=Crazy%20Cat%20Lady>, den 15. oktober 2017.
- Van Herk, G. (2012). *What is Sociolinguistics?* Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Widerberg, Karin (2011). *Historien om et kvalitativt forskningsprosjekt*. (3.oppl.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Wikipedia.org (2017). *Instagram*. Hentet fra: <https://en.wikipedia.org/wiki/Instagram> den 27. august 2017.
- Østbye, H., Helland, K., Knapskog, K., & Larsen, L. O. (2013). *Metodebok for mediefag* (4. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.

Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

Tekstskapingsprosesser i sosiale medier

Bakgrunn og formål

Bakgrunnen for denne studien er å se nærmere på tekstskapingsprosesser i sosiale medier, og da særlig på bildedelingstjenesten Instagram. Prosjektet er en masteroppgave i nordisk språk, ved Institutt for språk og litteratur på NTNU. Forskningen gjennomføres som en del av min egen masteravhandling, som er en avslutning på et femårig lektorprogram i nordisk.

Jeg har valgt å bruke deg som informant til prosjektet på bakgrunn av din aktivitet på Instagram. Dette er i all hovedsak på bakgrunn av at du har to profiler på Instagram – en privat og en offentlig.

Hva innebærer deltakelse i studien?

Deltakelse i studien innebærer at du gir meg tilgang til både din offentlige og private profil på Instagram. Den eneste aktive deltagelsen jeg krever er to individuelle intervjuer. Ellers vil jeg ta utgangspunkt i ett bilde fra hver av dine profiler på Instagram og studere/sammenligne disse.

Jeg har behov for å kunne bruke bildene jeg har valgt ut, i min masteroppgave. De vil bli brukt i sin helhet, både visuelt og tekstlig. Jeg vil kunne anonymisere brukernavn på Instagram dersom dette er ønskelig for deg. Dette avtales muntlig. I intervjudelen vil jeg bruke digitale lagringsenheter/opptaker for å samle inn spørsmål. Svar vil bli transkribert kort til etter intervjuet er gjennomført.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Jeg vil ikke navngi deg i sin helhet i oppgaven. Opptak vil bli lagret på min private datamaskin og slettet innen prosjektslutt. Det er kun jeg og min veileder som vil ha tilgang til personopplysninger og opptak.

På grunn av oppgavens formål vil du som deltaker i dette forskningsprosjektet kunne gjenkjennes i oppgaven. Bildene jeg tar utgangspunkt vil kunne vise ansiktet ditt.

Prosjektet skal etter planen avsluttes desember 2017.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn. Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du har spørsmål til studien eller lurer på noe, ta kontakt med meg (Kari Holmli Brøske) på 92680767 eller kari.holmli@gmail.com. Det er også mulig å nå veileder på prosjektet, Stian Hårstad, på 73590272 eller stian.haarstad@ntnu.no.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, NSD - Norsk senter for forskningsdata AS.

Samtykke til deltakelse i studien

Jeg har mottatt informasjon om studien “Tekstskapingsprosesser i sosiale medier”, og er villig til å delta

(Signert av prosjektdeltaker, dato og sted)

Intervjuguide

Intervjudel 1

Innledende intervju med fokus på mer generelle betraktninger

Fase 1

Løs prat og informasjon

- Uformell prat
 - Fornavn og alder
 - Informanten kan fortelle litt om seg selv og sine interesser osv.
- Informanten får utdelt informasjonsskriv og signerer denne
- Tema for samtalen: bakgrunn og formål med praten
- Forklare hva intervjuet skal brukes til, forklare taushetsplikt og anonymitet
- Spørre om eventuelle uklarheter og om informanten har noen spørsmål
- Informere om opptak av samtalen og få samtykke om dette.

Fase 2

Spørsmål som går mer generelt på produksjon av tekst, bruk av sosiale medier, med fokus på Instagram

Spørsmål:

Generelle spørsmål:

1. Hvilket forhold har du generelt til lesing og skriving?
2. Produserer du tekst i en eller annen form i hverdagen?

Bruk av sosiale medier:

3. Har dere brukt publiseringsverktøy, som f.eks. Instagram, blogg, Facebook eller Twitter, i skolesammenheng?
4. Hvilke sosiale medier-kanaler bruker du?
 - 4.1. Hva er din favoritt?

Instagram:

5. Hvilket forhold har du til Instagram?
 - 5.1. Hvor ofte bruker du Instagram til å publisere selv eller ”se på” andre?
 - 5.2. Hva bruker du Instagram til?
6. Har de fleste på din alder profil på Instagram?
7. Du har to profiler på Instagram, en privat og en offentlig profil. Er det vanlig i deres aldersgruppe, og/eller omgangskrets?
 - 7.1. Hvorfor har dere to profiler?
 - 7.2. Hvem følger deg på din private profil?
 - 7.3. Hva er det du publiserer på din private profil, som ikke publiseres på din offentlige?
 - 7.4. Er det forskjell på hvor ofte du publiserer på dine to profiler?

Avsluttende spørsmål:

- Gjennomgang av spørsmål og svar.
- Har jeg forstått deg riktig?
- Er det noe du ønsker å føye til?

Intervjuguide

Intervjudel 2

Andre intervju med fokus på detaljnivå

Fase 1

Løs prat og informasjon

- Uformell prat
- Tema for samtalen: bakgrunn og formål med praten
- Forklare hva intervjuet skal brukes til, forklare taushetsplikt og anonymitet
- Spørre om eventuelle uklarheter og om informanten har noen spørsmål
- Informere om opptak av samtalen og få samtykke om dette.

Fase 2

Spørsmål som går mer på detaljer og publisering på Instagram.

Spørsmål

Generell del

Spørsmål om publisering og detaljer rundt valg som er tatt:

1. Er det du publiserer på profilen(e) din(e) nøyе planlagt?
2. Hvor lang tid bruker du på å velge ut og publisere et bilde på Instagram?
3. Hvor lang tid bruker du på publisering på din private og offentlig profil?
 1. I så fall – Hvorfor bruker du ulik tid?
 2. Og hva bruker du tid på?
4. Hvor lang tid bruker du på å produsere tekst (med tegn og #) til et bilde?
 - 4.1. Er det forskjell på hvor mye du skriver på offentlig og privat profil?
 - 4.1.1. Hvis ja – hvorfor?
 - 4.2. Er det viktig med tekst når du publiserer et bilde på Instagram?
 - 4.3. Er det viktig med tegn når du publiserer et bilde?
 - 4.4. Hva synes du tegn gjør med en tekst?
5. Når du publiserer et bilde på Instagram, er du bevisst på mottaker/publikum?
6. Når du publiserer et bilde, med tekst, på Instagram, er du bevisst på mottaker/publikum?
7. Er kommentarer og likes på noe som er publisert viktig?
 1. Kunne du slettet et publisert bilde dersom du ikke fikk ”nok” kommentarer eller likes?
 2. Blir du påvirket av likes og kommentarer når du ser et bilde på Instagram?
 3. Hvis ja – hva gjør dette med deg?
8. Når du ser på hva andre publiserer, tenker du over tekst og tegn?
9. Er humor, ironi o.l. noe du tenker på når du publiserer et bilde og tekst? Er dette ulikt på offentlig og privat profil?
10. Er språk og dialekt noe du tenker over når du skriver tekst på Instagram?
11. Er det viktig at det er en sammenheng mellom bilde og tekst?
12. I intervjudel 1 kom det fram at Instagram brukes for å hente inspirasjon. Er dette noe dere tenker over når dere publiserer bilde og tekst, selv?
13. I intervjudel 1 ble det sagt noe som at "det e bare dæm du kjenne og har et forhold til som kan se det, så du kan legg ut det du vil" om privat profil. Kan du ikke legge ut det du vil på den offentlige?

VEDLEGG 3

Spørsmål knyttet til valgte bilder fra profilene til informanten:

Maria

Privat profil:

1. Er ordlyden og teksten noe du brukte tid på, og var du bevisst på dette når du publiserte bildet?
2. Har du tatt et bevisst valg når det gjelder språk og dialekt?
3. Bruker du noen virkemidler som for eksempel humor, ironi, sarkasme og lignende?
4. Hva er grunnen til at du bruker tegn her (emoticons)?
5. Hva er grunnen til at du bruker #? Hvilken funksjon har den?
6. Hvordan vil du si at kommentaren og likes på bildet påvirker det du opprinnelig skrev og publiserte?
7. Har du gjort etterarbeid på dette bildet? (Redigeringer)
 - 7.1. Hvis ja – hvilken type etterarbeid?
 - 7.2. Hvis ja - Hvor lang tid brukte du på redigering?
 - 7.3. Hvis nei – hvorfor ikke?

Offentlig profil:

1. Er ordlyden og teksten noe du brukte tid på, og var du bevisst på dette når du publiserte bildet?
2. Har du tatt et bevisst valg når det gjelder språk og dialekt?
3. Bruker du noen virkemidler som for eksempel humor, ironi, sarkasme og lignende?
4. Var du bevisst på hvilke tegn du brukte når du publiserte dette?
5. Hvordan vil du si at kommentarer på bildet påvirker det du opprinnelig skrev og publiserte?
6. Har du gjort etterarbeid på dette bildet? (Redigeringer)
 - 6.1. Hvis ja – hvilken type etterarbeid?
 - 6.2. Hvis ja - Hvor lang tid brukte du på redigering?
 - 6.3. Hvis nei – hvorfor ikke?

Hanna

Privat profil:

1. Er ordlyden og teksten noe du brukte tid på, og var du bevisst på dette når du publiserte bildet?
2. Har du tatt et bevisst valg når det gjelder språk og dialekt?
3. Bruker du noen virkemidler som for eksempel humor, ironi, sarkasme og lignende?
4. Hva er grunnen til at du bruker tegn her (emoticons)?
5. Hvorfor brukte du kolon og parentes, og ikke en emoji?
6. Hvordan vil du si at kommentarer på bildet påvirker det du opprinnelig skrev og publiserte?
7. Har du gjort etterarbeid på dette bildet? (Redigeringer)
 - 5.1. Hvis ja – hvilken type etterarbeid?
 - 5.2. Hvis ja - Hvor lang tid brukte du på redigering?
 - 5.3. Hvis nei – hvorfor ikke?

Offentlig profil:

1. Er ordlyden og teksten noe du brukte tid på, og var du bevisst på dette når du publiserte bildet?

VEDLEGG 3

2. Har du tatt et bevisst valg når det gjelder språk og dialekt?
3. Bruker du noen virkemidler som for eksempel humor, ironi, sarkasme og lignende?
4. Var du bevisst på hvilke tegn du brukte når du publiserte dette?
5. Hvordan vil du si at kommentarer og likes på bildet påvirker det du opprinnelig skrev og publiserte?
6. Har du gjort etterarbeid på dette bildet? (Redigeringer)
7. Hvis ja – hvilken type etterarbeid?
- 6.2. Hvis ja - Hvor lang tid brukte du på redigering?
- 6.3. Hvis nei – hvorfor ikke?

Avsluttende spørsmål:

- Gjennomgang av spørsmål og svar.
- Har jeg forstått deg riktig?
- Er det noe du ønsker å føye til?



Stian Hårstad

7491 TRONDHEIM

Vår dato: 20.09.2017

Vår ref: 55421 / 3 / LH

Deres dato:

Deres ref:

Tilbakemelding på melding om behandling av personopplysninger

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 22.08.2017.

Meldingen gjelder prosjektet:

<i>55421</i>	<i>Tekstskapingsprosesser i sosiale media</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>NTNU, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Stian Hårstad</i>
<i>Student</i>	<i>Kari Brøske</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget [skjema](#). Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en [offentlig database](#).

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.12.2017, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Dersom noe er uklart ta gjerne kontakt over telefon.

Vennlig hilsen

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

VEDLEGG 4

Marianne Høgetveit Myhren

Lise Aasen Haveraaen

Kontaktperson: Lise Aasen Haveraaen tlf: 55 58 21 19 / Lise.Haveraaen@nsd.no

Vedlegg: Prosjektvurdering

Kopi: Kari Brøske, kari.holmli@gmail.com

Personvernombudet for forskning



Prosjektvurdering - Kommentar

Prosjektnr: 55421

UTVALG OG REKRUTTERING

Utvalget består av to informanter som allerede er kontaktet, og samtykket til deltakelse. Personvernombudet minner om at meldepliktige prosjekter skal meldes senest 30 dager før oppstart. En viktig del av ombudets rolle er å veilede i prosessen med informasjon og samtykke. Førstegangskontakt med utvalget bør derfor vente til personvernombudets tilråding foreligger.

INFORMASJON OG SAMTYKKE

Utvalget informeres skriftlig og muntlig om prosjektet og samtykker til deltakelse. Informasjonsskrivet er godt utformet.

I prosjektmeldingen opplyses det om at det vil registreres opplysninger om tredjepersoner (informantenes venner og familie). Ifølge vedlagte dokumentasjon vil dette omfatte fotografier/bilder hentet fra informantenes instagram-profiler. Vi legger til grunn at tredjeperson mottar informasjon om studien, og eksplisitt samtykker til at bildene blir brukt.

PUBLISERING

Ifølge vedlagt dokumentasjon vil fotografier/bilder og direkte sitater fra informantenes instagram-profiler publiseres i den ferdige masteroppgaven. Det må foreligge samtykke fra den enkelte (informant og tredjeperson) til at data publiseres i identifiserbar form.

INFORMASJONSSIKKERHET

Personvernombudet legger til grunn at forsker etterfølger NTNU sine interne rutiner for datasikkerhet. Dersom personopplysninger skal lagres på privat pc/mobile enheter, bør opplysningene krypteres tilstrekkelig.

PROSJEKTSLUTT OG ANONYMISERING

Forventet prosjektslutt er 15.12.2017. Ifølge prosjektmeldingen skal innsamlede opplysninger da anonymiseres. Anonymisering innebærer å bearbeide datamaterialet slik at ingen enkeltpersoner kan gjenkjennes. Det gjøres ved å:

- slette direkte personopplysninger (som navn/koblingsnøkkel)
- slette/omskrive indirekte personopplysninger (identifiserende sammenstilling av bakgrunnsopplysninger som f.eks. bosted/arbeidssted, alder og kjønn)
- slette lydopptak og bilder/fotografier


VEDLEGG 5

Digital tekst fra offentlig profil: Hanna





 hanna:  Følger

hanna:  Smaker best hjemmelaget 🍷👌


 😍👍 gi mæ litt plis

hanna:   vi får lag mer når du kommer hjem igjen!

 Aw glede mæ

 Ravioli?? Der må du vise meg ❤️

hanna:   Jaa!

 Ble veldig godt 🍷❤️

❤️ 💬

57 liker

2. JANUAR 2016

Legg til en kommentar ...

...

Digital tekst fra offentlig profil: Maria



 maria  Følger

- maria  crazy cat lady 😊
-  crazy fin <3
-  Øyan matche 🍷
-  Nais e dokker
- maria  <33  n
-  Who is prettiest sir æ bare
- maria  my money is on dexter
-  Ja same
-  Mine fine 🐱
-  toocute 🐱🐱
-  Like dæ, ikke katten så mye
- maria   no har han flytta ut da<3
-  Så fiin ❤️

168 liker

13. SEPTEMBER 2016

Legg til en kommentar

Digital tekst fra privat profil: Hanna



hannasjprivat

Følger

hannasjprivat All fun and games inntil du må rydd opp :-)

██████████ Æ føle med dæ

██████████ Du e tøk, Hanna

hannasjprivat ██████████'s lure virkelig på ka det betyr

hannasjprivat ██████████'s life is hard

██████████'s Det betyr flenk eller flink om du vill 😊

hannasjprivat ██████████'s det kan æ si mæ enig i 😊

██████████ Syns du slapp billig unna æ



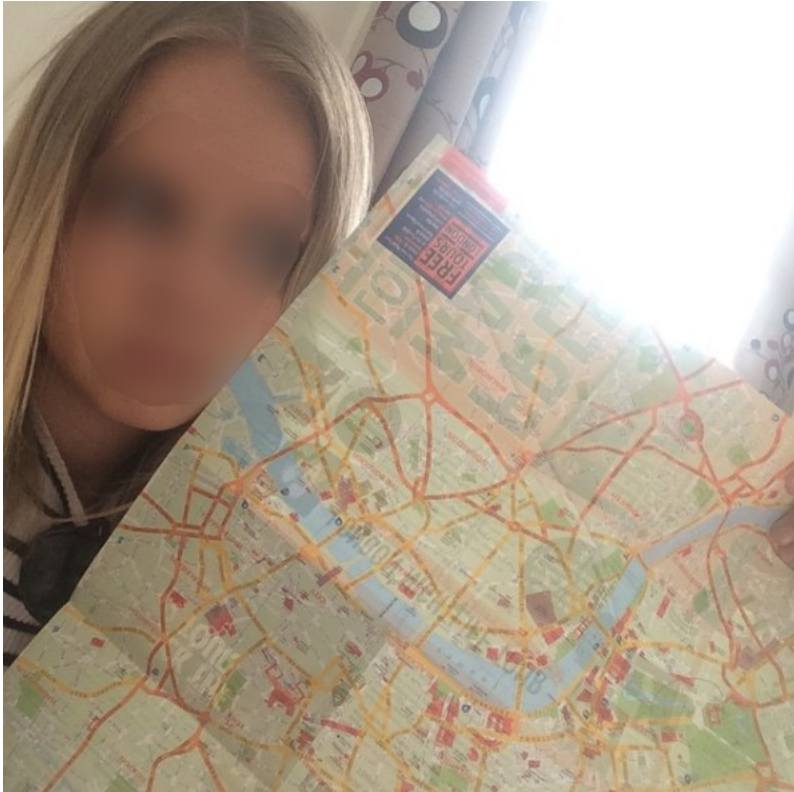
19 liker

29. MAI 2016

Legg til en kommentar ...



Digital tekst fra privat profil: Maria



privatemariia

Følger

privatemariia Så langt e turen knallje bra bortsett fra at æ e 100% döv på det ene øret 🙄 no mangle æ bare kikkert og kamera så kan æ gønne på resten av dagen #turist

..... dæven te turist, lord si æ bare



29 liker

29. JUNI 2015

Legg til en kommentar ...



Oppgavens relevans for lektoryrket

Denne masteroppgaven er relevant for lektoryrket på flere forskjellige måter. For det første har selve arbeidet med denne oppgaven vært utrolig lærerikt. Det å skrive en såpass omfattende oppgave, er krevende i seg selv og har på så måte lært meg mye om selvstendig arbeid. I tillegg har arbeidet med denne oppgaven lært meg mye om tekstsapingsprosesser, som jo er nokså passende. Det å skrive, bearbeide, revidere, rette og ferdigstille en tekst til et ferdig produkt er en prosess som krever godt strukturert arbeid. Dette kan videreføres til arbeid med tekst i norskfaglig sammenheng.

For det andre er denne oppgaven relevant for lektoryrket med tanke på literacy-begrepet. Når Kunnskapsløftet (LK06) kom i 2006, ble reformen omtalt som en literacy-reform. Fokus på tekst- og lesekompetanse ble langt viktigere i klasserommet, og språk- og kulturforståelse ble i mye større grad vektlagt. Literacy som begrep utviklet seg til å handle om både nettbasert literacy, digital literacy og også multiliteracies. Ved å inkludere det bredere språk- og tekstbegrepet som jeg har studert, får man også en videre forståelse for ungdoms forhold til tekstproduksjon og tekstsapingsprosess. Det ”å ha literacy” handler om å skape mening med verbalspråk. I og med at tekstbegrepet har blitt langt bredere og mer omfattende, handler det å skape mening med verbalspråk også om å produsere tekst på ulike plattformer. Som vi har sett forholder ungdom seg til langt flere tekstarenaer enn tidligere. Dette fordrer også at de har egen kunnskap knyttet til det å produsere tekst på ulike plattformer. Oppgaven er relevant i norskfaglig sammenheng fordi elevene skal utvikle kunnskap og kompetanse til å lese og skrive multimodale tekster, og da er sosiale medie-plattformer en fin plass å starte. For å kunne forstå språk på internett, må de også kunne forstå hvordan ulike modaliteter jobber sammen for å forme sammenhengende, digitale tekster.

Helt til slutt er det relevant å trekke inn en del av samtalen jeg hadde med informantene mine. I S1 kom det fram at de ikke hadde brukt noen sosiale medie-plattformer i skolesammenheng, noe jeg ble nokså overrasket av å høre. Som lærer i dagens skole, tror jeg det er viktig å tilegne seg ny kunnskap om de nye tekstarenaene vi, og ikke minst elevene, omgir oss med. Vi omgir oss med tekst i alle typer situasjoner og former i løpet av en dag. Ved å utvikle en forståelse for, og tilegne seg kunnskap knyttet til lesing og skriving av digital tekst på digitale plattformer, kan man også utvikle og bedre literacy-kompetansen sin.

Relevans for lektoryrket