

For både Camilla Nygaard Refsholm (t.v.) og Mille Kongshammer har Instagram overhalet Facebook som det foretrukne sociale medie. »På Facebook skriver folk, at de skal til at smøre madpakke. På Instagram kan man se et billede af madpakken,« siger Mille Kongshammer.

Foto: Marcus Trappaud Bjørn

Insta-generationen

Sociale medier: Hvad er det dog, de unge laver, når de går og kigger ned i deres mobiltelefoner. Skriver de sms'er? Er de på Facebook? Nej, de hygger sig sandsynligvis på Instagram, den nye højdespringer inden for sociale medier.

MADS BONDE BROBERG

mads.bonde@jp.dk

V i bruger det 24-7.« Svaret kommer prompte fra de to unge piger, da Jyllands-Posten spørger om deres forhold til Instagram.

Mille Kongshammer og Camilla Nygaard Refsholm, som de hedder, har egentlig taget S-toget ind til København for at shoppe. Men nu sidder de med mobilet fremme på trappen foran domhuset på Nytorv i København og forsøger at forklare avisens 26-årige fotograf og 31-årige journalist om Instagram.

Det er en mobil tjeneste, hvor man kan dele sine fotos. Men før man deler, sørger man med et enkelt klik for at gøre billedet lækkert, f.eks. ved at give det et gyldent skær, gøre det sort-hvidt eller få det til at ligne et polaroid-foto fra 1980'erne. Og derefter lægger man billedet ud på Instagram, gerne med en superkort tekst og et eller flere såkaldte hashtags, der er et emneord, angivet med tegnet #. Og så skulle der helst ske det, at andre begynder at kommentere billedet eller giver det et like, fordi de synes godt om det. På verdensplan uddeles der en milliard likes i døgnet, og nogle af dem rammer de

billeder, som de to Vallensbæk-piger lægger ud. Jo flere likes, jo bedre.

»Hvis der er under 11, der liker, så står deres navne under billedet. Men hvis der er over 11, så står der bare antallet, der har liket. Derfor skal man helst have over 11,« forklarer Mille Kongshammer, der er 15 år.

Fjerner billeder

Som hos andre unge sker det ret tit, at de piller et billede af igen, fordi det ikke får nok respons. Og der er især visse billeder, der gerne skulle tiltrække megen opmærksomhed, forklarer Camilla Nygaard Refsholm på 14 år med et smil:

»Hvis man lægger et billede ud af sine sko, og det får 60 likes, og man så lægger et billede ud af sig selv, der kun får 30, så er det ikke så fedt.«

Instagram er alene fra februar til i dag steget fra 100 til 130 mio. brugere på verdensplan. Og i takt med succesen er der udviklet et virvar af hjælpeprogrammer. Dem viser pigerne nogle af på trappen foran domhuset. Et program gør det

muligt at omgå Instagram-reglen om, at alle billeder skal være 100 pct. kvadratiske. Med et andet kan man lynhurtigt indsætte de mest populære hashtags (emneord) under sit billede og på den måde få opmærksomhed.

»Jeg fik 160 likes på den måde engang. Men det virker ikke så godt mere,« fortæller Mille Kongshammer.

Instagram er så integreret en del af pigernes hverdag, at de automatisk tænker, »det kunne være fedt på Instagram«, hvis de ser et interessant motiv. Før Jyllands-Posten møder dem, har de allerede lavet en lille video af en smilende Mille, mens de spiste frokost på restaurant President i indkøbscenteret Fisketorvet.

Hos de to piger har Instagram klart overhalet Facebook som det foretrukne sociale medie.

»Der sker meget mere på Instagram. Facebook er bare noget, man har og bruger til at sende beskeder,« siger Camilla Nygaard Refsholm, mens Mille Kongshammer peger på, at Insta-

gram er et visuelt medie.

»På Facebook skriver folk, at de skal til at smøre madpakke. På Instagram kan man se et billede af madpakken,« siger Mille Kongshammer, der sagtens kan finde på at tjekke Instagram, når hun står i kø i et minut i en forretning.

»Så ser jeg lige, om jeg har fået en notifikation.«

Det er en meddelelse om, at der sker noget, f.eks. at man har fået et like eller en ny follower, altså en person, der følger ens profil og dermed automatisk får besked om Milles nye billeder.

En million følgere

Instagram er asymmetrisk. Man er ikke gensidigt venner med hinanden, men følger dem, som man finder interessante.

»Det skal være nogle profiler, hvor der sker noget. Selvom Mille er min veninde, vil jeg ikke følge hende, hvis hun kun lagde to billeder ud om ugen,« forklarer Camilla Nygaard Refsholm, der fortæller om et tredje hjælpeprogram, der kan holde øje med ens følgere. Også dem, der stopper med at følge.

»Der er sommetider nogen fra Asien, der begynder at følge en, og så følger man dem tilbage. Men efter to dage stopper de med at følge en, og så ser det ud som om, at de er meget populære, fordi de har en masse følgere uden selv at følge ret mange.«

De to piger har pæne plus på følger-kontoen. Camilla



Nygaard Refsholm har små 1.500 følgere, men følger kun 300 andre, eksempelvis flere inden for modeverdenen, såsom tøjmærket Malene Birger og make-up-firmaet Chanel.

Mille Kongshammer følger bl.a. folk, der kan inspirere hende til hendes hobby, tegning. I alt har hun knap 600 følgere og følger selv cirka 175. Hun har en privat profil, så man skal godkendes, før man kan se hendes billeder.

Når det gælder antallet af følgere, kommer ingen af de

to dog op på siden af den 13-årige dansker Benjamin Lasnier, der har flere end 1 mio. følgere, blandt andet fordi han ligner det canadiske popidol Justin Bieber. Da den unge dreng fra Vejle i onsdags lagde et billede ud af sine ben iført Nike-strømper, fik det 52.100 likes og godt 1.000 kommentarer.

Lukkede gymnasier

Tonen på Instagram er generelt mere positiv end på Facebook, men det kan tage en drejning. Et dramatisk ek-

LinkedIn

HVAD: LinkedIn er et karriereorienteret socialt medie, hvor man med en personlig profil – et online CV – kan skabe professionelle kontakter og forretningsforbindelser. Bruges også til rekruttering. Man kan bl.a. se andre brugere og disses kompetencer, f.eks. at en person er dygtig til salg.

HVEM: Bruges i høj grad professionelt og tæller bl.a. virksomheder som Novo Nordisk, Vestas og Lego.

HVORNÅR: Blev lanceret i maj 2003. Og har haft betydelig succes i Danmark.

HVOR MANGE: Globalt: Over 225 mio. profiler Danmark: Over 1 mio. profiler

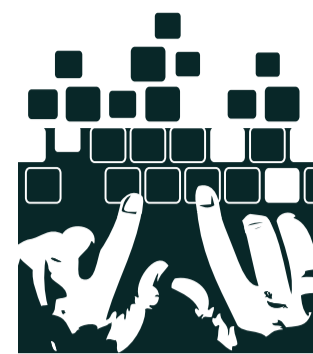
Instagram

HVAD: Bruges – oftest via en smartphone – til at dele billeder, som man kan gøre lækre med diverse effekter. Man kan følge hinanden, synes godt om og kommentere hinandens billeder, samt tilføje emneord med hashtags. Har for nylig tilføjet en videofunktion med små film på maks. 15 sek.

HVEM: Bruges i høj grad af unge samt af flere kendte danskere, såsom L.O.C., Medina, og Nicklas Bendtner.

HVORNÅR: Lanceret i oktober 2010 og købt af Facebook for 1 mia. dollars i april 2012, da det havde 30 mio. brugere.

HVOR MANGE: Globalt: Over 100 mio. aktive brugere. Danmark: Uvist



DET DIGITALE SAMFUND

En stadig større del af samfundet bliver digitalt. Jyllands-Posten undersøger, hvad det betyder for kriminalitet, sikkerhed, venskaber, ungdomsliv og privatliv.

og bedsteforældre også er på Facebook i dag, og det er ikke alt, de unge ønsker at dele med den ældre generation,« forklarer Trine Dan Sørensen, som forudser, at skoven af forskellige sociale medier vil blive endnu større i de kommende år.

Og mange af dem vil som Instagram være billedbårne.

»Billeder giver en masse mere personlighed. Og nu er Instagram også begyndt med videoer, så det giver det bare et ekstra *touch*,« fortæller hun og peger på endnu en fordel ved et medie som Instagram, der ikke kun er knyttet op til, hvem man kender i forvejen, men også hvem man finder interessant:

»Man kan sidde i Danmark og følge folk i Ungarn, der har samme interesse som en selv,« siger Trine Dam Sørensen.

Det er i øvrigt gamle Facebook, der ejer hippe Instagram, men det fortæller sidstnævnte ikke meget om. Man skulle jo nødig sættes i bås med bedstefars sociale medie.

En ting, som de to har til fælles, er dog muligheden for at trykke *like*, og det er vigtigt, forklarer Trine Dan Sørensen.

»I bund og grund handler det om, at vi alle sammen gerne vil være populære, og det er især vigtigt for de unge at få *likes* og dermed anerkendelse fra andre. Det giver et lille kick at være populær.«

Der sker meget mere på Instagram. Facebook er bare noget, man har og bruger til at sende beskeder.

Camilla Nygaard Refsholm,
14 år, Vallensbæk

sempel er fra Gøteborg i Sverige, hvor en anonym bruger sidste år begyndte at dele krænkende fotos af i alt 45 piger, som bl.a. blev kaldt »ludere«.

Det udløste voldsomme optøjer, og undervejs forsøgte 500 personer at trænge ind på et gymnasium, hvor de troede, at gerningsmanden befandt sig. To gymnasier blev lukket i dagevis. Siden er to teenagepiger blevet dømt for at stå bag de krænkende fotos.

Også Camilla Nygaard

Refsholm og Mille Kongsammer har oplevet en negativ hændelse på Instagram, da en ung pige fra lokalområdet lagde et udfordrende billede ud af sig selv. Hun fjernede det hurtigt igen, men mange nåede at kopiere det, siger pigerne:

»Hele Vallensbæk kender det billede i dag.«

Det er ikke kun i Vallensbæk, men i hele Danmark og store dele af den vestlige verden, at Instagram er blevet udbredt hos de yngre grupper, og her har det været af-

gørende, at man kan gøre billederne pæne, før man deler dem, forklarer Trine Dan Sørensen, der er social media-rådgiver i firmaet Bigum&Co og blandt andet hjælper virksomheder med at bruge sociale medier.

»Det betyder alverden, at man lige kan give sin hud den helt rigtige glød eller sørge for, at skoene ser perfekte ud. Man kan gøre alt mere lækkert, end det egentlig er, og det har betydet, at man får skabt et mere positivt univers på Instagram end på Face-

book, hvor folk godt kan være lidt negative og f.eks. skrive: »Nu er det mandag igen!«

Bedstefar på Facebook

Og hvor Facebook engang var totalt dominerende, så tager Instagram, Twitter og en række andre i disse år over.

»Nu har vi haft Facebook i mange år og begynder i stedet at se en række mere nicheprægede sociale medier. Det er der flere årsager til. En af dem er, at forældre

Twitter

HVAD: Man kan skrive opdateringer på op til 140 anslag, også kendt som tweets. Modsat Facebook bliver man ikke »venner« med hinanden, men vælger selv, hvem man ensidigt vil »følge«. Hvis man har lyst, kan man retweete andres opdateringer, altså sende dem videre. Man kan indeksere sine opdateringer med såkaldte hashtags, et emneord angivet med et #-tegn.

HVEM: Populært hos politikere, journalister og nyhedsbureauer, f.eks. Margrethe Vestager og Anders Fogh Rasmussen.

HVORNÅR: Grundlagt i marts 2006 som et forsknings- og udviklingsprojekt til intern kommunikation i en privat virksomhed. Åbnet for offentligheden i oktober samme år. Med 74 mio. amerikanske brugere er USA det mest Twitter-aktive land.

HVOR MANGE:

Globalt: Over 200 mio. aktive brugere Danmark: 150.000 har profil, men op mod 80.000 er inaktive.

Facebook

HVAD: Man kan blive »venner« med andre brugere, udveksle beskeder, deltage i fælles interessegrupper og netværk, samt dele billeder, videoer og statusopdateringer, som venner med et enkelt tryk kan »like«, altså vise, at de synes godt om.

HVEM: Et bredt medie, som blandt kendte brugere tæller både politikere, sportsfolk og realitystjerner, f.eks. Suzanne Bjerrehus og Helle Thorning-Schmidt.

HVORNÅR: Oprettet af tre studerende fra Harvard i 2004 for at sætte universitetsstuderende i kontakt med hinanden. Blev siden tilgængeligt for alle og voksede kraftigt. I lande som USA og Storbritannien er antallet af brugere begyndt at falde, men det mere end opvejes af en stigning i bl.a. Sydamerika og Indien.

HVOR MANGE: Globalt: 1,110 mia. Danmark: 3,1 mio.

Nogle af de andre

Google+ er ment som en Google-konkurrent til Facebook. Man kan oprette en personlig profil, der knyttes til ens øvrige Google-konti (f.eks. gmail og YouTube) og organisere andre brugere i cirkler, alt efter hvor megen information man vil dele.

Vine er en smartphone-applikation, der ejes af Twitter og fungerer ligesom Instagram-video. Gennem sin personlige profil kan man dele videoklip på op til 6 sekunder.

Tumblr er en billedbåren online blogplatform, hvor man kan dele tekst, foto, citater, links, musik og video i korte indlæg.

Foursquare er en applikation til telefonen, der handler om at vise andre, hvor man er. Via telefonens GPS kan man lave et »check in«. Samtidig er der et spil, hvor der optjenes point, jo flere steder man besøger.

Snapchat er en smartphone-applikation, hvor man kan sende et foto eller video med tekst og tegning til en valgt modtager. Afsendere vælger, hvor længe modtageren må se det såkaldte »snap«, før det forsvinder igen. Det kan være fra 1 til 10 sekunder.