

# POLISENS MEDIALISERADE ARENA

En studie om strategisk kommunikation och identitetsskapande på Instagram

**Damir Skajko**



---

Uppsats/Examensarbete: Magisteruppsats 15 hp

Program och/eller kurs: Kommunikatörsprogrammet med inriktning mot myndigheter och offentlig förvaltning.

Nivå: Avancerad nivå

Termin/år: VT 2020

Handledare: Thomas Hartvigsson

Examinator: Åsa Abelin

## Abstract

Uppsats/Examensarbete:	15 hp
Program och/eller kurs:	Kommunikatörsprogrammet med inriktning mot myndigheter och offentlig förvaltning
Nivå:	Avancerad nivå
Termin/år:	VT 2020
Handledare:	Thomas Hartvigsson
Examinator:	Åsa Abelin
Nyckelord:	Sociala medier, strategisk kommunikation, identitetsskapande

---

**Syfte:** Det centrala syftet med denna magisteruppsats är att utöka kunskapen om hur polisen porträtterar sig själva och sin yrkesidentitet på Instagram, samt att belysa hur porträtteringens fungerar som strategisk kommunikation.

**Teori:** Inom det teoretiska ramverket presenteras Butlers performativitetsbegrepp, Stiers teori kring identitetsskapande, Albert och Whettens teori om organisationsidentitet samt Heides teori om strategisk kommunikation.

**Metod:** Magisteruppsatsen är baserad utifrån en multimodal, tematisk analys. Studiens samtliga metoder är följande: Text- och bildanalys samt tematisk analys.

**Resultat:** Denna magisteruppsats visar att polisen bedriver identitetsskapande och att polisen porträtterar yrkesidentiteten på varierande sätt. Undersökningen visar även att polisens porträttering på Instagram fungerar som strategisk kommunikation eftersom innehållet förhåller sig till specifika mål i polisens kommunikationspolicy.

# Förord

Jag vill rikta ett stort tack till min handledare Thomas Hartvigsson som väglett mig under skrivprocessen och bidragit till denna magisteruppsatsens tillkomst. Tack till Institutionen för filosofi, lingvistik och vetenskapsteori vid Göteborgs Universitet som gav mig möjligheten att skriva denna magisteruppsats. Jag vill även frambringa ett tack till Emma Hanquist för tillåten användning av illustrationen på arbetets framsida.

*Damir Skajko*

Göteborg, våren 2020

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning och bakgrund .....</b>	<b>1</b>
1.1 Sociala medier.....	1
1.2 Polisen.....	2
1.3 Polisens riktlinjer, uppdrag och mål för sociala medier .....	3
<b>2. Syfte och Frågeställningar .....</b>	<b>4</b>
<b>3. Kunskapsöversikt.....</b>	<b>5</b>
3.1 Den goda polisen.....	5
3.2 Patrullerande polisers yrkeskultur .....	5
3.3 Spirande polisidentiteter.....	6
<b>4. Teoretiskt ramverk.....</b>	<b>7</b>
4.1 Butlers performativitet .....	7
4.2 Identitet och identitetsskapande.....	7
4.3 Strategisk kommunikation.....	8
4.4 Organisationsidentitet.....	9
<b>5. Metod och material.....</b>	<b>11</b>
5.1 Multimodal analys.....	11
5.2 Bildanalys.....	11
5.3 Textanalys.....	12
5.4 Tematisk analys.....	12
5.5 Material.....	14
5.6 Urval.....	14
5.7 Validitet och reliabilitet.....	14
<b>6. Analys.....</b>	<b>16</b>
6.1 Polisens identitetsskapande.....	16
6.2 Identitet 1: Polisen som vänlig påminnare.....	17
6.3 Identitet 2: Den omtyckta polisen .....	18
6.4 Identitet 3: Den (o)formella polisen.....	22
6.5 Inlägg av polisen som strategisk kommunikation .....	25
6.6 Del 1: Polisens närvaro.....	27
6.7 Del 2: Polisens brottsförebyggande kommunikation.....	30
6.8 Del 3: Polisens arbete och förtroendebyggande.....	34
6.9 Del 4: Polisens digitala samarbetspartner.....	37

<b>7. Slutdiskussion .....</b>	<b>40</b>
7.1 <i>Besvarande av frågeställningar.....</i>	40
7.2 <i>Resultatdiskussion i relation till tidigare forskning.....</i>	42
7.3 <i>Möjlighet till fortsatt forskning.....</i>	42
<b>8. Källförteckning.....</b>	<b>44</b>
8.1 <i>Tryckt material .....</i>	44
8.2 <i>Elektroniskt material.....</i>	45
8.3 <i>Bildmaterial.....</i>	46

# 1. Inledning och bakgrund

Pär Lindroos, strateg för Polismyndighetens sociala medier, menar att allt fler myndigheter använder sociala medier i syfte om att kommunicera och nå ut med information till allmänheten. Användningen av sociala medier kan vara en fördel för Polismyndigheten men även en risk eftersom medborgarnas förtroende för polisen kan riskera att minska (Statskontoret, 2018).

Det var i början av januari 2020 som jag stötte på Statskontorets hemsida och läste Pär Lindroos ovanstående kommentarer. Läsningen blev startpunkten för intresset av att skriva en magisteruppsats om polisens deltagande på Instagram. Med tiden utvecklades en stark vilja och intresse för att undersöka polisens identitetsskapande och strategiska kommunikation på Instagram.

## 1.1 Sociala medier

Instagram är ett socialt nätverk som tillåter användare att dela med sig av sina liv med vänner och familj med hjälp av fotodelning och tillhörande kommentarer. Instagram är en av världens mest populära sociala medier som i juni år 2016 hade uppskattningsvis 500 miljoner aktiva användare som dagligen omsatte omkring 95 miljoner inlägg och 4.2 biljoner "likes". Majoriteten av plattformens användare är tonåringar och yngre vuxna (Laestadius 2017, s 573).

Anna-Karin Nyberg och Mikael Wiberg menar att sociala medier är en plattform för sociala spel. Vidare beskriver författarna att det existerar ett särskilt starkt behov av att vara en viss person i många varierande sammanhang på sociala medier, man talar om att ha en social identitet på sociala medier, den sociala identiteten handlar om hur man väljer att agera och framställa sig själv (Nyberg & Wiberg 2014).

Christian Lenemark beskriver webbloggen som en performativ plattform för självframställning. Författaren menar att de senaste årens kulturella utveckling skapat en digital arena där individer har möjlighet för uppträdande för allmänheten. Författaren beskriver att bloggar ses som en framträdande arena där självviscensättning och självframställning äger rum. Denna arena möjliggör användare att med hjälp av olika plattformar konstruera och producera en identitet (Lenemark 2007, s 52).

## 1.2 Polisen

Polismyndigheten är Sveriges största myndighet och finns över hela landet. Polisen beskriver sin verksamhet som ett arbete som pågår dygnet runt i syfte om att minska brottsligheten och öka tryggheten. Vidare arbetar polisen med att attrahera, rekrytera, utveckla och avveckla kompetens på ett genomtänkt och effektivt sätt som möjligt. Polisen arbetar även utifrån likabehandling som är en naturlig del av verksamheten och polisen skall spegla samhället och motverka diskriminering och verka för lika rättigheter samt möjligheter oberoende av kön, könsöverskridande identitet eller uttryck, etnisk tillhörighet, religion, funktionsnedsättning, sexuell läggning eller ålder (Polisen u.å).

På polisens webbsida framgår en beskrivning av polismyndighetens organisation. I beskrivningen presenteras polismyndigheten som en enrådsmyndighet som leds av en chef som ensam inför regeringen bär ansvaret för myndighetens verksamhet. Regeringen utser rikspolischefen och totalt består myndigheten av knappt 30 000 medarbetare. Det finns sammanlagt sju polisregioner, bland dessa är följande: polisregion Bergslagen, polisregion Mitt, polisregion Nord, polisregion Stockholm, polisregion Syd och polisregion Väst samt polisregion Öst. Polismyndigheten har även en kommunikationsavdelning som ansvarar för att samordna Polismyndighetens kommunikationsarbete (Polisen 2019a).

Polismyndigheten styrs av en kommunikationspolicy som grundar regler och förhållningssätt kring hur polisen kommunicerar i tjänst, både internt och externt. I enlighet med kommunikationspolicyn framgår att kommunikationen ska bidra till polisens uppdrag att öka tryggheten och minska brottsligheten. I kommunikationen med medborgare ska polisen få ta del av anmälningar, tips och vittnesuppgifter som kan komma till användning och hjälpa polisen att lösa brott. Polisen skall även bidra med brottsförebyggande information. Polisen skall även vara öppen och tillgänglig för allmänheten, det skall vara enkelt att komma i kontakt med polisen. Polisen skall vara en lärande organisation och dela med sig av kunskaper och erfarenheter (Polisen 2015b, s 3).

Inlägg som framgår i analysdelen som undersöker polisens strategiska kommunikation kommer kopplas till polisens kommunikationspolicy. Syftet med kopplingen grundar sig i att undersöka hur polisen på Instagram förhåller sig till de övergripande målen i kommunikationspolicyn.

### 1.3 Polisens riktlinjer, uppdrag och mål för sociala medier

På Polismyndighetens webbsida framgår en beskrivning av polisens övergripande syfte och mål för deras delaktighet i sociala medier. Nedan presenteras samtliga mål:

- Genom att kommunicera och informera om polisens arbete vill man öka tryggheten i samhället.
- Med polisens närvaro i sociala medier vill man öka dialogen med allmänheten genom att vara synliga och tillgängliga.
- Polisen skall nå ut med brottsförebyggande information.
- Polisen skall få in tips av allmänheten i syfte om att lösa brott (Polisen, u.å).



## 2. Syfte och Frågeställningar

Syftet med denna magisteruppsats är att undersöka hur polisen kommunicerar på sociala medier. Hur bedriver polisen strategisk kommunikation? Vilken bild förmedlar man av sig själva? Hur förhåller sig denna kommunikation till polisens mål i kommunikationspolicyn? I nedanstående punktlista presenteras magisteruppsatsens ledande frågeställningar:

- Hur porträtteras polisens yrkesidentitet, hur konstrueras polisidentitet på Instagram?
- Hur fungerar denna porträttering som strategisk kommunikation?

### 3. Kunskapsöversikt

I detta avsnitt presenteras tidigare forskning som är förknippat och nära besläktat i relation till denna magisteruppsats ledande forskningsämnen.

#### 3.1 Den goda polisen

Johanna Westmans rapport omfattar en undersökning kring hur bilden av den goda polisen sett ut och utvecklats mellan åren 1974–2008. Westman använder sig av tematisk analys och diskursanalys. Författaren ställer frågan huruvida bilden av framtidens goda polis kan korrigeras. I rapporten identifieras poliskulturen och polisens diverse skepnader genom olika tider i utvecklingen av polisrollen. Westmans rapport fastställer en tydlig slutsats: det existerar inte en entydig polisidentitet utan i princip flera olika (Westman 2008, s 1,4).

Den första idealbilden av polisen som presenteras i slutsatsen är från 70-talet, polisen beskrivs som en man med ett prydligt yttre där uniformen ses som en kostym. Det förekommer en stark manlig poliskultur där den kvinnliga polisen förlöjligas. Ytterligare en idealbild framkommer under 80-talet där uniformen bytts ut mot arbetskläder. Polisidentiteten är fortfarande en man med fysisk styrka och Westman beskriver att yrkesidentiteten passar in i begreppet “stålmannen”. Under 90-talet är den manliga polisen fortfarande normen inom yrkesidentiteten. Idealbilden framställs som en man alternativt kvinna med traditionella manliga egenskaper, polisen porträtteras som stor, stark eller kaxig. Under 2000-talet är Polisen en man eller kvinna, svensk eller annan etnicitet. Polisen beskrivs även ha en “mänskligare identitet” där polisen har rätt att visa känslor (Ibid, s 79–89).

#### 3.2 Patrullerande polisens yrkeskultur

Rolf Granérs undersökning bygger på att identifiera en yrkeskultur bland patrullerande poliser och att lyfta fram på vilket sätt den uttrycks. Avhandlingen är baserad på en kvalitativ studie med intervjuer och observationer som metod. Granérs avhandling ger en omfattande bild av polisens yrkeskultur och identitet. Undersökningen belyser även polisens roll och synen på polisarbete utifrån flera förhållningssätt.

Undersökningens slutsats är att det förekommer ett flertal varierande “polisstilar” inom yrkeskulturen. Inom ramen av dessa yrkeskulturer återkommer olika typer av polisstilar som kan beskrivas i termer av “samhällsbäraren” och “socialpolisen”. Samhällsbäraren drev en yrkesidentitet som byggde på respekt, utdelning av straff, spänning och dramatik.

Samhällsbäraren sätter sig oftast över lagar och plikter och attraheras av arbetsuppgifter där moralen är enkel. För samhällsbäraren är skillnaden mellan “ont” och “gott” lätt att uppfatta och skilja på. Samhällsbäraren är betydligt vanligast bland yngre män. Socialpolisen beskrivs som en hjälpare som handlar tryggt med omtanke och omsorg, identiteten och idealet är motsatt samhällsbäraren. Socialpolisens yrkesidentitet karaktäriseras genom att tala extra länge, identiteten kan även beskrivas som extra försiktiga och veliga från skillnad till samhällsbäraren. Sammanfattningsvis representerar samhällsbäraren den hårda och tuffa manligheten i kontrast till socialpolisen som motsvarar en mjuk, försiktig och omsorgsfull polisstil (Granér 2004, s 283–286).

### 3.3 Spirande polisidentiteter

Lars Erik Lauritz undersökning handlar om polisstudenters och nya polisers professionella identitet. Avhandlingens övergripande syfte handlar om att belysa hur polisstudenter beskriver sina yrkesidentiteter. Forskningsmetoden i avhandlingen baseras utifrån grundad teori samt intervjuer med tio polisstudenter.

Utifrån intervjuerna presenteras fyra utmärkande kategorier av polisens professionella identitet, samtliga polisidentiteter som utmärks är följande: *omsorgsgivaren*, *spänningssökaren*, *den sociala identitetssökaren* och *den trygge, mogne spänningssökaren*. Den förstnämnda identiteten bygger på en polisidentitet som har ett hjälpande perspektiv, polisen är omsorgsfull och har en strävan för att rädda världen. Inom ramen av denna identitet uppskattas även samhörighet mellan kollegorna på arbetsplatsen. “Spänningssökaren” är ytterligare en utmärkande polisidentitet som bygger på spänning, fart och dramatik. En viktig egenskap inom ramen av denna polisidentitet är den interna sammanhållningen mellan kollegorna. Viljan att “jaga tjuv” är central och denna specifika aktivitet dominerar bilden av yrkesidentiteten. För “den sociala identitetssökaren” är trygghet en central och dominerande egenskap. De mest markerade delarna inom ramen av denna polisidentitet kan beskrivas som social, trygg och utvald av samhället. Spänning och trygghet är två centrala faktorer för “den trygge, mogne spänningssökaren”. Denna polisidentitet innehar även en “häftighetsfaktor” och beskrivs som mer ungdomlig i jämförelse med övriga polisidentiteter (Lauritz 2009, s 209–218).

## 4. Teoretiskt ramverk

Detta avsnitt presenterar magisteruppsatsens teoretiska ramverk anpassats efter studiens övergripande syfte och frågeställningar. Teorierna bildar ett tydligare perspektiv och skapar en bredare förståelse kring hur identitetsskapande, strategisk kommunikation och porträttering av polisens yrkesidentitet framställs på polisens Instagram.

### 4.1 Butlers performativitet

Begreppet ”performativitet” har en central koppling till forskning inom identitets- och genuskonstruktioner. Butler menar att identiteter, i synnerhet i relation till kön är performativa handlingar som beteenden, handlingar och uttryck. Med hjälp av återkommande iscensättningar framstår specifika beteenden och handlingar som specifikt ”kvinnliga” eller ”manliga”. Butler menar att iscensatta identiteter inte har med en människas biologiska betingelser att göra, de är istället baserade utifrån normer som är socialt och kulturellt förankrade. Butlers performativitetsbegrepp kan exemplifieras genom följande mening: Att vara ”man” grundar sig i att en individ beter sig som en ”man” förväntas göra (Hayden & Snickare 2017, s 14–15).

Butlers teori kring performativitet är ytterst relevant i förhållande till magisteruppsatsens centrala frågeställning om polisens identitetsskapande. Teorin om performativitet är central i undersökningen om polisens identitetsskapande eftersom teorin hjälper att kartlägga polisens performativa handlingar genom beteenden, handlingar och diverse uttryck på polisens Instagram-inlägg. Avsikten är att teorin ska belysa på vilket sätt polisen konstruerar och iscensätter polisidentiteten.

### 4.2 Identitet och identitetsskapande

Sociologerna Cooley Horton och George Mead menar att människans identitet utvecklas i relation och i samspel med andra individer. Cooley förespråkar att självet inte kan förstås utan hänsyn till den sociala omgivningen och individen kan inte skiljas från det stora samhället. Mead förespråkar för att självet existerar först när individen kan göra sig själv till objekt och blir förmögen att ägna sig åt självreflektion (Stier 2019, s 33).

Ytterligare en intressant aspekt som berör identitet och identitetsskapande är Stiers beskrivning av rollframträdanden.

Författaren menar att rollframträdanden är något som äger rum på olika sociala arenor. Rollframträdanden handlar i stort om att människor eller grupper presenterar sig inför andra utifrån deras masker och roller. Stier menar att det individer säger om sig själva sällan är en tillrättalagd och verklig bild. Individer vill ge ett gott intryck på anställningsintervjuer, samtidigt som individen i fråga behåller det som är mindre positivt för de själva. Författaren menar att detta är ytterst tillämpligt i dagens samhälle där "publiken", det vill säga andra individer och samhället i stort, tolkar den identitet som framställs. Övriga individer ger oss respons på den bild som vi försöker förmedla, responsen sker inte endast ansikte-mot-ansikte utan även genom att "gilla" visst innehåll med hjälp av en enkel musklick (ibid., s 102).

Följaktligen framgår digitaliseringen av samhället som ytterst intressant i relation till identitet och identitetsskapande, inte minst i förhållande till undersökningsmaterialet i denna studie som i stor omfattning består av digitalt material.

Vidare menar Stier att identiteter formas, konstrueras och framställs i media. Stier menar att denna utveckling sker på Internet, mer specifikt sociala medier. På de sociala nätverken präglas identitetskonstruktioner hos olika människor, grupper, institutioner och organisationer samt företag (ibid., s 27).

Luke Sloan och Anabel Quan-Haase lyfter fram en undersökning om porträttering och identitetsskapande av e-rökare på Instagram. Det primära syftet med undersökningen var att förstå hur e-cigaretter och rökare framställs på Instagram. Studien visade att det fanns en unik vaping-identitet bland e-rökarna. Subkulturen var synlig genom användarnas unika jargonger och ritualer samt likasinnade värden. Identiteten porträtterades och framställdes med hjälp av hashtags och användes av individer för att självidentifieras som en "vaper". Detta bidrog, förstärkte och bekräftade individen som en av medlemmarna i vaping-gemenskapen (Sloan & Quan-Haase 2017, s 585–588).

### 4.3 Strategisk kommunikation

Falkheimer och Heide definierar strategisk kommunikation som en planerad kommunikation som förhåller sig till en specifik publik eller målgrupp. Syftet med strategisk kommunikation är att klara och åstadkomma organisatoriska verksamhetsmål (Falkheimer & Heide 2007, s 44).

Johansson, Simonsson och Heide menar att de flesta organisationer har styrdokument där organisationens vision, mål och värderingar uttrycks. Ledarskapet leder till att kommunikationen om målen blir en väsentlig del för att chefer och arbetare ska uppnå en

gemensam förståelse av de strategiska målen och värderingarna (Heide, Johansson & Simonsson 2012, s 144).

Heide m.fl. beskriver att sociala medier skapar nya möjligheter för att organisationer ska arbeta med strategisk kommunikation och sprida organisationens budskap. Möjligheterna handlar även om att dessa medier möjliggör för organisationer att få återkoppling och testa olika budskap gentemot målgruppen. Den största fördelen är att sociala medier ur ett organisationsperspektiv och strategiskt kommunikationsperspektiv ökar möjligheterna för interaktion och dialog med olika externa publikter, sociala medier skapar även förutsättningar för relationsskapande aktiviteter (ibid., s 237).

Ingrid Herbert och Helena Hjalmarsson beskriver strategisk kommunikation som en avgörande och ytterst viktig faktor i en organisation, främst på sociala medier eftersom det kräver tid och planering. Om man som organisation skapar ett långsiktigt mål så är visioner, strategier, planering och riktlinjer samt kunskapsinhämtande väsentliga delar av arbetet (Herbert & Hjalmarsson 2012, s 11).

#### 4.4 Organisationsidentitet

Organisationsidentitet kommer från samhällsvetenskapen och introducerades av Albert och Whetten. Enligt Albert och Whetten är organisationsidentitet en organisations egenskaper som medlemmarna själva uppfattar som centrala. Detta kan ställas i kontrast till privatpersoners identitet som handlar om hur vi definierar och uppfattar oss själva. Författarna menar att identitet påverkas av diverse aktiviteter, erfarenheter och föreställningar. Författarna argumenterar för att detsamma gäller organisationer. Identiteten kan ses som organisationens verklighet som visar sig i de externa bilder som kommuniceras. En social identifikation gör även att individer blir lojala mot en organisation som i slutändan medför större engagemang. Ytterligare något som framgår väsentligt inom en organisationsidentitet är att effektivt kommunicera immateriella värden, det vill säga vad som är unikt och vad organisationen står för. Organisationsidentitet kan studeras på individ-, organisations- och samhällsnivå. Organisationsidentitet på individnivå handlar om hur individer associeras med sitt medlemskap i organisationen medan det på en organisationsnivå handlar om organisationsidentiteten av de samlade karakteristiska för en organisation. Författarna menar även att organisationsidentitet kan ses som den synliga delen av organisationskultur där till exempel normer, handlingsmönster och värderingar uttrycks. Identiteten är något som

författarna menar förändras genom organisationens försök att anpassa sig efter förändringar i omgivningen (Heide, Johansson & Simonsson 2012, s 203–206).

## 5. Metod och material

Denna studie baseras utifrån en multimodal, tematisk analys. Materialet består av bilder och text. Bilderna i kombination med text har systematiskt analyserats och ett flertal gemensamma teman har identifierats. Först introduceras en presentation av multimodal analys, sedan presenteras analysens övriga analysmetoder: text och bildanalys samt tematisk analys.

### 5.1 Multimodal analys

Multimodal analys är en form av metod som används av forskare som intresserar sig av att undersöka samspelet mellan olika modaliteter som texter i former av skrift, tal, bilder, rörliga bilder och musik. Metoden hjälper forskaren att även undersöka deras kulturella, historiska och sociala samband. En multimodal analys möjliggör forskaren att ta reda på varierande framställningar av verkligheten med avseende till maktrelationer som påverkar textens innehåll och form. Den multimodala metoden ger en tydligare beskrivning av tolkningar och ger forskaren en bättre överblick kring symboliska maktrelationer (Björkvall 2009, s 40).

### 5.2 Bildanalys

Bo Bergström menar att det finns en stark koppling mellan bilder och ord. Författaren menar att bilder anses vara fyllda av budskap. En analys av bilder handlar om att förstå en helhet, att begripa och beskriva delarna och deras relationer till varandra. I en bildanalys kan man till exempel ställa nedanstående frågor:

- Vad skildras?
- Hur är bildens inre kontext uppbyggd?
- I vilken yttre kontext uppträder det?
- Vilka retoriska grepp används?
- Hur samspelar text och bild?
- Vem är sändaren?
- Vem vänder sig bilden till?
- Vad är syftet?



Avslutningsvis nämner författaren att grundelementet i bildanalys som metod handlar främst om att kunna avgöra huruvida en bild besitter en form av kommunikativ kraft eller ej (Bergström 2015, s 210).

Författaren till denna magisteruppsats har gjort ett aktivt val där flertal av undersökningens bilder ställs intill varandra i syfte om tydligare lyfta fram hur inläggen hör ihop. Motivet bakom denna form av presentation och process grundar sig utifrån syftet om att nå djupare kunskap kring materialets samband och lyfta fram bildernas respektive kommunikativa kraft.

Vidare menar Lundälv att fotografen skapar en chans och utrymme för identitetsskapande och porträttering av individer. Bilder fungerar som kanaler som formar och framställer en viss tillhörighet hos individer (Lundälv 2015, s 58).

### 5.3 Textanalys

Denna studie bygger även på textanalys som grundar sig i att analysera texters betydelser, innehåll och sammanhang.

Med textanalys avses en undersökning kring en text ur olika synvinklar för att få fram textens ursprungliga struktur, uppbyggnad, mening, innehåll eller budskap. Forskaren bör ta hänsyn till textens författare, avsedda mottagare, språket, den historisk-kulturella ställning och till förhållandet i vilken den är skriven, dess stil, genre och logiska uppbyggnad. På grund av att det finns en mängd varierande texttyper med skiftande och olika problem eller svårighetsgrad vid analys så bör man som forskare även veta vad för slags text man har framför sig. Forskaren bör driva ett förhållningssätt som tar hänsyn till författarens budskap, tolkningar, och textens historisk-kulturella ställning. Som forskare bör man av tidigare nämnda skäl ha goda argument till en texts innehåll och huvudsakliga budskap (Silva 1996, s 170–171).

### 5.4 Tematisk analys

Braun och Clarke menar att tematisk analys är en metod för att identifiera, analysera och rapportera mönster. Genom metodens teoretiska frihet, tillhandahåller tematisk analys ett användbart forskningsverktyg som kan bidra forskaren med detaljerade data. Nedanstående stycke sammanfattar de olika stegen för tematisk analys:

**Bekanta sig med empirin:** Forskaren för anteckningar över intressant innehåll i förhållande till forskningsfrågan.

**Kodning:** Denna process innebär att forskaren studerar materialet och letar efter relevanta aspekter i förhållande till studiens forskningsämne.

**Leta efter teman:** Sökning efter teman handlar om att leta efter relationer mellan sammanhängande koder och därefter kategorisera koderna till teman eller kategorier med ett sammanhängande och meningsfullt mönster.

**Granska teman:** Granskning av teman innebär att forskaren strukturerar om, delar upp, slår samman och ändrar teman.

**Beskriv och namnge teman:** Forskaren namnger teman i syfte om att lyfta fram varje temas mönster och budskap.

**Sammanställning:** Slutligen presenteras sammanhängande resultat i sammanställningen (Braun & Clarke 2006, s 78, 87).

I denna magisteruppsats har författaren bekantat sig med material i form av inlägg från Instagram. Författaren har studerat inlägg som omfattar intressant innehåll som är relevant i förhållande till magisteruppsatsens övergripande syfte och frågeställningar. Kodning av materialet genomfördes genom en granskning av valda bilder från Instagram, därefter valde författaren att koda sådant som uppfattades som bakomliggande budskap. Varje enskild bild innehåller varierande koder, samtliga koder har författaren tagit fram genom en tolkning av bildens innehåll. Koderna har författaren skiljt åt genom specifika namn, exempelvis *skydd* och *närvarande*. Författaren har därefter sammanställt koderna i en tabell, de sammanhängande koderna utvecklar därefter ett specifikt tema.

En granskning av teman har även genomförts i syfte om att dela upp och slå samman material till tillhörande teman. I undersökningen har författaren även namngett teman i syfte om att kunna dela in och lyfta fram olika mönster och budskap som finns på bilderna. I början av varje analysdel så framgår en tabell som presenterar och sammanställer analysens samtliga teman och koder. Tabellernas sammanhängande koder visar hur polisens olika identiteter uppstått samt hur polisens strategiska kommunikation tar sig i uttryck på bilderna.

## 5.5 Material

Undersökningsmaterialet omfattar digitalt material i form av publicerade inlägg från Instagram.

## 5.6 Urval

I denna undersökning analyseras endast officiella poliskonton. Samtliga konton som förekommer i undersökningen är aktiva konton som innehåller en större omfattning av tillgängligt material. Aktiva konton med inlägg från år 2018–2020 framstod som ett lämpligare val med anledning kring att inläggen är mer nutida. Den fullständiga listan på konton som framkommer i undersökningen är följande: *polisen\_sodertalje*, *polisen\_kalmar\_oland*, *polisennykoping*, *polisen\_vallingby*, *polisen\_skarholmen*, *polisestockholm*, *polisen\_sodermalm*, *polisen.norrmalm* och slutligen *polisen\_thn\_ybg\_lillaedet*. Inaktiva konton som inte var uppdaterade före år 2018 sållades bort, detta val gjordes i syfte om att bevara materialet så aktuellt som möjligt.

Materialet som analyseras i undersökningen omfattar bilder och texter, två varierande typer av tillgänglig material som det sociala nätverket innehar. Vidare valdes inlägg som innehöll tydligt markerade inslag av en specifik identitet- och självframställning. Undersökningen består sammanlagt av 21 inlägg.

## 5.7 Validitet och reliabilitet

Esaiasson m.fl. hävdar att validitet är något svårt och komplicerat i den empiriska samhällsvetenskapen. Frågor och problem formuleras på den teoretiska nivån medan själva undersökningen genomförs på en operationell nivå. Författarna beskriver att begreppet validitet kännetecknas utifrån överensstämmelse mellan teoretisk definition och operationell indikator, frånvaro av systematiska fel och att man undersöker det man påstår att man faktiskt undersöker. Reliabilitet är ytterligare ett begrepp vilket författarna menar innebär frånvaro av slumpmässiga eller osystematiska fel (Esaiasson, Gilljam, Oscarsson & Wängnerud, 2003).

För att stärka validiteten och reliabiliteten har författaren i denna magisteruppsats gjort en utförlig redovisning av studiens övergripande metoder.

Jacobsen menar att en undersöknings validitet bygger på att forskaren jämför slutsatser som presenterats i tidigare forskning inom samma forskningsområde (Jacobsen 2007, s 304–305).

Författaren till denna magisteruppsats har tillbringat god tid till att hitta tidigare forskning som har en koppling till denna studies undersökningsområde. I denna magisteruppsats framgår ett avsnitt som jämför relationen kring denna undersökningens resultat med slutsatser från tidigare forskning. Med hänsyn till Jacobsens ovanstående kommentar så stärker detta avsnitt magisteruppsatsens validitet.

## 6. Analys

Denna analys baseras utifrån valda teorier och metoder i syfte om att besvara magisteruppsatsens ledande frågeställningar. Analysen är uppdelad i två avsnitt, det första avsnittet som belyser polisens identitetsskapande undersöker hur polisens yrkesidentitet porträtteras och hur polisidentitet konstrueras på Instagram. Nästföljande avsnitt belyser inlägg som strategisk kommunikation och undersöker på vilket sätt polisens porträttering fungerar som strategisk kommunikation. Dessa inlägg kopplas till polisens kommunikationspolicy i syfte om att lyfta fram på vilket sätt polisen förhåller sig till de övergripande målen.

### 6.1 Polisens identitetsskapande

I detta avsnitt presenteras sammanhängande koder i polisens inlägg och olika kategorier av teman inom polisens identitet- och yrkesporträttering. Nedanstående tabell visar en sammanställning av samtliga teman och koder i denna undersökning.

Tabell 1

Enhet	Koder	Teman
Identitet 1: Polisen som vänlig påminnare (bild 1–2)	Varning + rekommendation	Beskyddare av allmänheten
Identitet 2: Den omtyckta polisen (bild 3–8)	Uppskattning + beundran	Viktiga och omtyckta hjältar
Identitet 3: Den (o)formella polisen (bild 9– 12)	Humaniserande + humor	Människor och underhållare

## 6.2 Identitet 1: Polisen som vänlig påminnare

Nedanstående inlägg innehåller bild-och texter där polisen ger råd och tips men även varnar allmänheten kring eventuella faror. Koderna för dessa inlägg är följande: *varning* och *rekommendation*.



*Bild 1 till vänster: Polis i spagat (polisen 2018).*

*Bild 2 till höger: Två poliser och en tjänstebil (polisen 2019).*

Koden *varning* tar sig i uttryck på båda bilderna-och texterna. Bild 1 visar en polis som går ner i spagat, bilden kan tolkas som en form av visuell varning om halt väglag. Koden *rekommendation* tar sig främst i uttryck på bildtexten där polisen vädjar allmänheten om att använda vinterdäck och broddar på skorna. På inlägg 2 gestaltas koden *varning* på bilden men även bildtexten. Bilden visar två poliser och en tjänstebil i snölandskap, klimatet kan tolkas som ett visuellt budskap om halt väglag. Koden *rekommendation* tar sig främst i uttryck på bildtexten där polisen rekommenderar allmänheten att ta det lugnt i biltrafiken på grund av halt väglag. Inläggens varningar och rekommendationer har som avsikt att uppfylla ett specifikt syfte: skydda allmänheten från en eventuell fara.

Vidare kan ovanstående inlägg kopplas till Gillbergs beskrivning av självpresentation i sociala medier. Gillberg menar att profilen i sociala medier utgör en central roll för att

representera individen och kopplar självpresentation i sociala medier till något som skulle kunna liknas vid reality-TV. Författaren menar att TV-tittare exponeras för en strid där deltagare berättar för "hemmatittarna" om varför deras deltagande är relevant. Online-dejting är ytterligare ett exempel på självpresentation där individens profil med foton och fördelaktiga beskrivningar marknadsför innehavaren och skapar en möjlighet att sälja sin karaktär till en partner (Gillberg 2014, s 85–86).

Polisens ovanstående bilder kan uppfattas som en form av självpresentation som med hjälp av varningar och rekommendationer hjälper allmänheten att undvika faror och olyckor. Denna självpresentation och porträttering av polisens yrkesidentitet ger uttryck till varför polisens deltagande på Instagram är relevant och bör finnas kvar. Polisens varningar och rekommendationer till allmänheten skapar även en anledning till varför övriga användare bör följa polisen på Instagram.

### Tema för identitet 1: Beskyddare av allmänheten

Det framgår att polisen använder sig av inlägg i syfte om att i förväg varna och påminna allmänheten om eventuella faror. Polisens varningar och rekommendationer utvecklar ett tema som konstruerar och porträtterar polisens yrkesidentitet som en beskyddare av allmänheten.

### 6.3 Identitet 2: Den omtyckta polisen

Detta avsnitt omfattar inlägg som konstruerar polisen som en omtyckt yrkesidentitet.

*Uppskattning* och *beundran* är koderna för samtliga inlägg.



3 845 gilla-markeringar

polisenstockholm ACK SÅ FEL MAN KAN HA  
En patrull från Globen befann sig i en ICA-butik i ett ärende. De observerade då en man utanför som strök runt polisbilen.

Eftersom bilarna ibland blir utsatta för skadegörelse skyndade en av poliserna ut, varav den okände mannen kvickt försvann från platsen.



1 323 gilla-markeringar

polisen\_kalmar\_oland Idag i samband med ett ärende i Läckeby stannade en allmänhet till och överlämnade detta.

Tack, det värmer i hjärtat!



*Bild 3 till vänster: Present från allmänheten (polisen\_kalmar\_oland 2020).*

*Bild 4 till höger: Present från allmänheten (polisenstockholm 2018).*

Ovanstående inlägg innehåller koder som stärker polisens identitet och yrkesidentitet som uppskattade och omtyckta. Kexchokladen innehåller koderna *uppskattning* och *beundran*. Chokladen, i synnerhet etikettens text, fungerar som förmedlare och konstruerar en porträttering som framställer polisens yrkesidentitet som omtyckta hjältar. *Uppskattning* är en kod som tar sig främst i uttryck genom inläggens bildtexter. Dessa bildtexter ger uttryck för polisens tacksamhet och utvecklar en form av socialt spel gentemot allmänheten som bygger på respekt och förtroendeskapande.

Vidare kan ovanstående inlägg kopplas till Nyberg och Wibergs beskrivning av att forma sin identitet i sociala medier. Författarna menar att identitetsskapande och framställning inte byggs av teknik, snarare det ömsesidiga engagemanget samt respekten och lyhörddheten för varandra. Det handlar om att agera och framställa sig själv med hjälp av



relationer till övriga medmänniskor i sociala medier, detta skapar en förutsättning för hur människor uppfattar vår identitet på nätet (Nyberg & Wiberg 2014, s 123).



**3 073 gilla-markeringar**

**polisen.norrmalm** Vi hade tankat bilen och var inne på macken när en man kom fram till oss. Han säger att han har lämnat en present till oss på bilen utanför och vill tacka för det jobb vi gör som poliser. En fin gest och vi vill passa på att skicka lite fredagsfeeling till alla våra kollegor där ute. Trevlig helg och ta hand om varandra! /Emma och Eva med kollegor

Bild 5 till vänster och höger: *Skärmdump på samma inlägg (polisen.norrmalm 2019).*

Inlägget ovan är ett snarligt inlägg i jämförelse med tidigare bilder. Chipspåsarna innehåller två sammanhängande koder: allmänhetens *uppskattning* och *beundran* för polisens arbete.

Nedanstående bild visar ytterligare ett exempel på polisens självframställning som en viktig och omtyckt yrkesidentitet- och grupp.



polisen.norrmalm  
Sergels torg



1 870 gilla-markeringar

polisen.norrmalm Tack till dig du okända som lämnade det här fina kortet på vår bil ikväll 💙

Bild 6: Kort från allmänheten (polisen.norrmalm 2019).

Polisens självframställning på Instagram är en arena som skapar förutsättningar och utrymme för identitetsskapande. Bild 6 innehåller koderna *uppskattning* och *beundran*. Koden *Uppskattning* tar sig främst i uttryck med hjälp av kortet som visar allmänhetens goda tankar kring polisens viktiga roll i samhället.

Nedanstående inlägg innehåller samtliga koder och är ytterligare exempel på polisens självframställning som omtyckta. Inlägg 7 visar två poliser, varav en polis håller i en kartong med semlor som de blivit tilldelade av en okänd man. Inlägg 8 visar en handmålade teckning där hen visar uppskattning kring en specifik arbetsuppgift: hjälpa vilsna individer att hitta hem. På bild 7 tar sig koderna *uppskattning* och *beundran* främst i uttryck genom bilden som visar semlorna. Bildtexten bekräftar att polisen blivit tilldelade semlor av en okänd man. Bild

8 innehåller koderna *uppskattning* och *beundran* och dessa gestaltas tydligt på bilden som visar den handmålade teckningen. Bildtexten bekräftar att teckningen är från en förskoleklass.



Bild 7 till vänster: *Poliser och semlor (polisen.skarholmen 2020).*

Bild 8 till höger: *Teckning från allmänheten (polisen.norrholm 2019).*

## Temat för identitet 2: Viktiga och omtyckta hjältar

Inläggens ovanstående sammanhängande koder utvecklar ett tema som framställer polisens yrkesidentitet som samhällets viktiga och omtyckta hjältar. Framställningen uttrycker sig främst genom allmänhetens gåvor: chipspåsar, kexchoklad, semlor och teckningar. Det drivande temat förstärks ytterligare med hjälp av inläggens samtliga bildtexter.

### 6.4 Identitet 3: Den (o)formella polisen

Denna del av analysen lyfter fram inlägg som innehåller humoristiska inslag. Koderna i detta avsnitt är *humaniserande* och *humor*. Polisens självframställning bygger på en form av "komisk lättnad" som grundas utifrån humoristiska inslag i seriösa sammanhang.





polisen\_trelleborg



polisen.norrmalm



726 gilla-markeringar

polisen\_trelleborg En liten påminnelse till er alla som är ute i svängen såhär i jul och nyårstider. Sista bilden visar hur glad och vacker man blir när man får tjuvträff på ett DNA-prov (topsning). #polisen



1 652 gilla-markeringar

polisen.norrmalm TILLGÄNGLIGA FÖR ALLA Första jobbet som gick ut för natten var en naken berusad man utan armar sittande på gatan.



Bild 9 till vänster: Fotocollage (polisen\_trelleborg 2019).

Bild 10 till höger: Polis och skyltdocka (polisen.norrmalm 2019).

Inlägg 9 visar okända individer som är offer för missbruk, individerna sätts i jämförelse med en polis som tidigare inte topsade (DNA-testade) men som numera gör det. Bildtexten beskriver att poliser blir vackra om de får en "tjuvträff" på ett DNA-prov vilket förstärker det humoristiska inslaget. Inlägg 10 visar en polis, leendes och posera med en skyltdocka. På bildtexten ställer polisen skyltdockan i liknelse med en berusad man utan armar, sittandes på gatan.

Koden *humor* blir framträdande på inläggens bilder och bildtexter och denna självframställning gestaltar polisens mer skämtsamma och roliga vardag. Koden *humaniserande* tar sig främst i uttryck genom bildtexternas skämt som indikerar på att polisen, trots deras formella yrkesidentitet har utrymme för skämt vilket porträtterar polisen som människor med mänskliga känslor och beteenden.



Bild 11 till vänster: *Klotter (polisen\_trelleborg 2019).*

Bild 12 till höger: *Skyldocka i polisuniform (polisen.trelleborg 2018).*

På inlägg 11 svarar polisen på klottrats budskap och skriver att det blir husmanskost till lunch och vidare i nästföljande bild till höger visas en GB-glass skyltdocka iklädd i en polisuniform.

Koden *humor* blir ytterst framträdande, i synnerhet på bild 12 där den iklädde skyltdockan symboliserar en ny kollega. Koden *humaniserande* tar sig främst i uttryck på inlägg 11 där polisen trots det allvarliga brottet finner utrymme för skämt vilket stärker och porträtterar polisen som mänskliga och bryter den formella polisrollen.

Denna form av självframställning är ett fenomen som kan sättas i relation till Stiers beskrivning av identitetsskapande inom karriärer, mer specifikt - rollutträdanden.

Stier menar att rollutträdanden har en stark koppling till identitetsskapande där karriärer och rollutträdanden är gränsöverskridande fenomen som handlar om att lämna ett socialt rum i syfte om att träda in i ett annat, oftast okänt eller främmande socialt rum. Författaren beskriver processen som en frigörelse där individen kopplar sig loss från den

tidigare rollens förväntningar och lojaliteter. Den nya rollen och identiteten skapar nya förväntningar och individen börjar så småningom att identifiera sig med den nya rollen (Stier 2019, s 149).

Vidare kan Stiers beskrivning av rollutträdanden förknippas med polisens ovanstående inlägg som spelar på komedi. Den tidigare formella polisen tar sig an en allt mer icke-formell yrkesroll- och identitet där polisens gränsöverskridande rollutträdande skapar utrymme för humor.

På inlägg 11 finns ytterligare en intressant observation i bildtexten, nämligen den utmärkande “blink-emoji”. Marcel Danesi beskriver att emojis har gått från att vara okända symboler till att vara ett centralt språkligt verktyg. Författaren specificerar och beskriver blink-emoji som en symbol som antyder att ett meddelande inte bör tas på allvar, den har en form av humoristisk avsikt. Vidare menar författaren att en blink-emoji även indikerar på en form av relation med samtalaren (Danesi 2017, s 23, 54).

### Teman för identitet 3: Människor och underhållare

Koden *humor* bildar ett tema som konstruerar yrkesidentiteten och polisidentiteten som en underhållare som bryter den generella och traditionella synen på polisens formella yrkesidentitet. Ytterligare en intressant aspekt är Danesis beskrivning kring hur “blink-emoji” indikerar på en form av relation med samtalaren. Vidare kan polisens specifika val av emoji på inlägg 11 kopplas till en form av social interaktion mellan polisen och allmänheten där polisen stärker det drivande temat som underhållare och allmänheten tilldelas rollen som publik. Samtliga inlägg innehåller även koden *humaniserande*, de humoristiska inslagen framställer ett tema som porträtterar polisen som mänskliga poliser med ett särskilt sinne för humor.

## 6.5 Inlägg av polisen som strategisk kommunikation

Detta avsnitt undersöker på vilket sätt polisens porträttering och självframställning fungerar som strategisk kommunikation. Analysavsnittet är indelat i fyra olika delar. Nedanstående tabell visar en sammanställning av samtliga teman och koder i denna undersökning.

Tabell 2

<b>Enhet</b>	<b>Koder</b>	<b>Teman</b>
Del 1: Polisens närvaro (bild 13–14)	Närvarande + god relation + skydd + toleranta	Tillgängliga, relationsbyggare och beskyddare av allmänheten
Del 2: Polisens brottsförebyggande kommunikation (bild 15–17)	Varning + information + brottsbekämpning + närvarande	Tillgängliga, brottsbekämpare och upprätthållare av ordning
Del 3: Polisens arbete och förtroendebyggande (bild 18–19)	Uppskattning + närvarande + god relation + information + skydd	Tillgängliga, samarbetsvilliga, förtroendefulla och beskyddare av allmänheten
Del 4: Polisens digitala samarbetspartner (bild 20–21)	Information + brottsbekämpning + samarbete + varning	Samarbetsvilliga, brottsbekämpare och beskyddare av allmänheten

## 6.6 Del 1: Polisens närvaro

Samtliga inlägg innehåller följande koder: *närvarande*, *god relation*, *skydd* och *toleranta*.



*Bild 13: Poliser på Pridefestival (polisen\_thn\_vbg\_lillaedet 2019).*

Inlägget ovan visar polisens deltagande på Pridefestivalen i Trollhättan. På bildtexten framgår en beskrivning kring hur polisen självklart är på plats för att säkerställa ordning och säkerhet, koden *skydd* blir ytterst framträdande. Polisens ordval “självklart” markerar och stärker även polisens yrkesidentitet som tillgängliga beskyddare av allmänheten. Koden *närvarande* tar sig främst i uttryck genom polisens närvaro och deltagande på Pridefestivalen. Koden *toleranta* gestaltas tydligt genom bilden som visar hur poliser deltar på Pridefestivalen, bildtexten bekräftar att polisen har en positiv inställning till allas lika värde. Koden *god relation* gestaltas tydligt på bilden som markerar att polisen innehar en god relation med Pride-deltagarna.



Vidare kan polisens deltagande på Pridefestivalen kopplas till Königs beskrivning av hur man i sociala medier strategiskt når ut till en viss målgrupp med sitt budskap. Författaren beskriver sociala medier som en ny arena och ett effektivt verktyg för att få direkt kontakt med en specifik målgrupp. Detta gäller inte minst den strategiska kommunikationen i närvaron och deltagandet i sociala medier. Sociala medier skapar bättre relationer med målgruppen och hjälper att sprida organisationens budskap. Ett strategiskt begrepp som är ytterst relevant i dagens samhälle är begreppet "push". Begreppet kan ses som en megafon där användaren försöker nå ut till så många som möjligt med sitt budskap (König 2012, s 3, 17).

Vidare kan polisens delaktighet och involvering på Pridefestivaler även tolkas som *pinkwashing*. Rosenberg menar att pinkwashing inte tar hänsyn till kampen bakom LHBTQ-personers rättigheter utan istället blivit ett sätt för företag och organisationer att marknadsföra sig på (Rosenberg 2014, s 78).

Polisens deltagande på Pridefestivalen kan mottas på olika sätt. Nedan framgår en kulturartikel från Aftonbladet som sätter pinkwashing i fokus.

Erik Galli, skribent för Aftonbladet, menar att polisen inte borde tillåtas att delta i Prideparad. Skribenten menar att polisen inte hör hemma på Pride eftersom polisen gav NMR tillstånd att sammanträda bredvid RFSL:s lokaler i Almedalen och av den anledningen är polisens deltagande på Prideparaden är en skam för hela HBTQ-rörelsen. Pride ska vara ett firande och det ska inte finnas utrymme för pinkwashing på HBTQ-personers bekostnad (Galli 2018, 26 juli).



*Bild 14: Festival i Borgholm (polisen\_kalmar\_oland 2019).*

Inlägg 14 visar en polis stå bakom en folksamling, iakttagande och på vakt. Följande koder för detta inlägg är: *närvarande* och *skydd*. Koden *närvarande* gestaltas tydligt på bilden genom polisens närvaro. Koden *skydd* tar sig främst i uttryck med hjälp av bilden där polisen porträtteras som en skyddsängel som vakar över allmänheten och bidrar med ordning och säkerhet.

En intressant aspekt i förhållande till polisens strategiska kommunikation på Instagram är Heides beskrivning av strategisk kommunikation på sociala medier. Författaren argumenterar för att sociala medier utgör en typ av plattform för tvåvägskommunikation där det valda mediet används för att sprida budskap och ses som ett verktyg för att skapa tvåvägsrelationer med organisationens inriktade målgrupp (Heide, Johansson & Simonsson 2012, s 241).

Författarens ovanstående beskrivning kan kopplas till bild 13. På inlägget framgår det tydligt att polisen använder Instagram i syfte om att skapa tvåvägsrelationer med allmänheten

och sprida budskapet om deras positiva inställning till HBTQ personers rättigheter. Denna form av tvåvägsrelation indikerar även på att polisens arbetar med relationsbyggande med allmänheten och det framgår tydligt att den speciella målgruppen för polisen är HBTQ personer.

### Teman för del 1: Tillgängliga, relationsbyggare och beskyddare av allmänheten

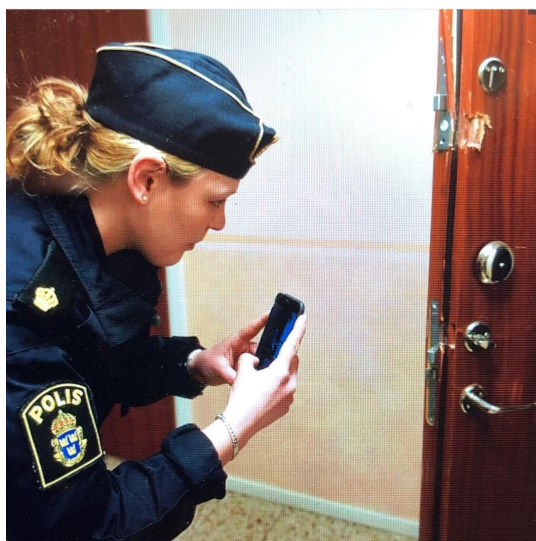
De sammanhängande koderna utvecklar teman som porträtterar en polisidentitet och yrkesidentitet som *tillgängliga, relationsbyggare* och *beskyddare av allmänheten*.

Deltagandet på Pridefestivalen ger uttryck till polisens positiva inställning till mänskliga rättigheter och indikerar på att polisen bedriver ett tema som relationsbyggare. Detta tema markerar även polisens främjande arbete för ett fritt, öppet och tolerant samhälle där mänskliga rättigheter respekteras. Koderna för Inlägg 14 utvecklar ett tema som porträtterar polisen som tillgängliga och som beskyddare av allmänheten. På bilden separeras polisen från allmänheten i syfte om att synliggöra och markera polisens närvaro. Denna markering och närvaro stärker även polisens drivande tema som tillgängliga beskyddare av allmänheten.

Polisens självframställning som tillgängliga svarar mot följande mål i polisens kommunikationspolicy: I enlighet med Polismyndighetens kommunikationspolicy så skall polisen vara öppen och tillgänglig för allmänheten. Det ska vara enkelt för allmänheten att komma i kontakt med polisen (Polisen 2015b, s 3).

### 6.7 Del 2: Polisens brottsförebyggande kommunikation

Detta avsnitt innehåller följande koder: *varning, information, brottsbekämpning* och *närvarande*.



**polisen** Fem minuter. Längre tid tog inte inbrottet. När grannen passerade fem minuter tidigare vad allt sin ordning. När hon kom tillbaka var grannens dörr uppbruten och lägenheten i totalt kaos. Tjuvarna var redan borta. Om du drabbas av ett inbrott, tänk på följande: Städa inte på brottsplatsen innan polisen varit där. Vid en teknisk undersökning finns möjlighet att samla in spår från gärningspersonen, exempelvis dna. Det innebär att brottet kan bli löst längre fram om gärningspersonen till exempel grips för ett annat brott. Om du städar innan polis varit på platsen kan spåren försvinna. @polisen.norrholm @polisennykoping @ingripandepoliserna

*Bild 15: Polis fotograferar en brottsplats / tillhörande bildtext (polisen 2019).*

Ovanstående bild visar en dörr som brutits upp och bildtexten beskriver händelseförloppet. Inlägget innehåller koderna *varning*, *information*, *brottsbekämpning* och *närvarande*. Koderna *närvarande* gestaltas tydligt på bilden som visar polisens närvaro vid brottsplatsen. Koderna *information*, *brottsbekämpning* och *varning* framträder tydligt på bildtexten som förser allmänheten om tips kring hur man bör agera vid inbrott och varnar även allmänheten om hur snabbt ett inbrott kan ske.



polisen



7 041 gilla-markeringar

**polisen** Vad gör en områdespolis?

Områdespoliserna arbetar långsiktigt tillsammans med skolor, näringsliv, fältverksamhet, socialtjänst, ungdomsutredare och många fler för att minska brottsligheten och öka tryggheten i ett visst område. Mycket av det brottsförebyggande arbetet är riktat mot ungdomar för att på ett tidigt stadium påverka och förhindra att de hamnar i brottslighet.

*Bild 16: Poliser och ungdomar (polisen 2019).*

*Information, brottsbekämpning* och *närvarande* är koderna för bild 16. Koden *närvarande* tar sig främst i uttryck på bilden som visar polisen spela basket med ungdomar. Polisens närvaro och samspel med ungdomarna kan tolkas som ett sätt att öka ungdomars allmänna respekt och förtroende för polisen i syfte om att förebygga framtid kriminell verksamhet. Koden *information* gestaltas på bildtexten som beskriver områdespolisens arbetsuppgifter. Koden *brottsbekämpning* gestaltas tydligast i bildtexten som beskriver områdespolisernas brottsförebyggande arbete.

Falkheimer och Heide beskriver strategiskt och kommunikativt handlande. I det strategiska handlandet är avsikten med kommunikationen att påverka omgivningen som har rollen som lyssnare. Med hjälp av diverse strategier försöker organisationen förutse framtiden och potentiella beteenden, detta handlar i stort om att identifiera olika målgrupper, intressenter eller publikker (Falkheimer & Heide 2007, s 75).

Det framgår tydligt att polisens centrala målgrupp på bild 16 är ungdomar. Falkheimer och Heides beskrivning av att förutse framtiden och potentiella beteenden går att koppla till



visar polisens närvaro och utvecklar ett tema som porträtterar polisen som tillgängliga. Polisens varning till föräldrar på bildtexten på bild 17 frambringar ett tema som porträtterar polisen som en beskyddare av allmänheten, mer specifikt: målgruppen ungdomar.

Detta avsnitt har lyft fram inlägg som svarar på följande mål i polisens kommunikationspolicy: I enlighet med Polismyndighetens kommunikationspolicy ska polisen kommunicera och informera om brottsförebyggande information till medborgare. Informationen kan öka tryggheten och minska brottsligheten i samhället (Polisen 2015b, s 3).

### 6.8 Del 3: Polisens arbete och förtroendebyggande

Detta avsnitt innehåller följande koder: *uppskattning*, *närvarande*, *god relation*, *information* och *skydd*.

I nedanstående inlägg visas två exempel på polisens varierande arbete. Bild 18 innehåller koderna *samarbete*, *närvarande* och *god relation*. Koden *närvarande* gestaltas tydligt på bilden som visar polisens närvaro. Koden *uppskattning* gestaltas tydligast i bildtexten där polisen tackar för allmänhetens samarbete. Koden *god relation* tar sig främst i uttryck på bilden som visar hur en polis och en okänd kvinna kramas, kroppsspråket och mötet kan tolkas som ett symboliskt budskap som förmedlar om polisens goda relation med allmänheten.

Bild 19 innehåller koderna *information*, *närvarande* och *skydd*. Bilden visar poliser i tjänst vilket förmedlar och stärker polisens porträttering som tillgängliga. Inläggets bildtext informerar om patrullens specifika arbetsuppgift: patrullera Sollentunas gator och torg.



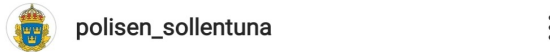


7 335 gilla-markeringar

**polisen** Tack till dig som höll en okänd kvinna i armen och hindrade henne från att hoppa från ett fönster för att ta sitt liv. Tack vare dig hann en kollega i tid och kunde hjälpa henne att få vård.

Tack till er ungdomar som hjälpte en för er okänd 15-årig kille som blivit misshandlad i en park på väg hem från skolan. Tack vare er slapp han vara ensam och tack vare er hjälp kunde vi gripa gärningsmannen.

Tack till dig som ringde oss när du misstänkte att din granne blev misshandlad av sin sambo. Tack vare dig kunde vi gripa gärningsmannen och hjälpa offret att få vård och hjälp.



1 244 gilla-markeringar

**polisen\_sollentuna** Ikväll har vi tillsammans med våra största kollegor patrullerat gator och torg. @polisrytteriet\_stockholm

*Bild 18 till vänster: Okänd kvinna kramar polis (polisen 2018).*

*Bild 19 till höger: Patrullerande poliser (polisen\_sollentuna 2020).*

Vidare går inläggen att koppla till Falkheimer och Heides beskrivning av den symmetriska modellen inom strategisk kommunikation som bygger på ett dialogideal där sändare och mottagare kan betraktas som två jämställda delar. Strategisk kommunikation i dess renaste form handlar och utgår från förhandling, författarna argumenterar dock för att dialog skapas genom samtal och handlar om värdet av varandras erfarenheter och att inte betrakta varandras existens som objekt utan subjekt (Falkheimer & Heide 2007, s 75).

Ovanstående inlägg kan betraktas som strategisk kommunikation med anledning av inläggens inbjudan till dialog och relationsbyggande. Polisen och allmänheten blir subjekt med anledning av polisens sätt att bjuda in, informera samt berätta för allmänheten om arbetet de utför men även genom att visa polisens tacksamhet för de tillfällen allmänheten bidragit och stöttat polisens arbete. I detta sammanhang ser man varandras respektive värden, vilket förutsätter att parterna betraktar varandra som subjekt och jämställda parter.

Följaktligen kan polisens förtroendebyggande med allmänheten kopplas till Lindgrens nedanstående beskrivning av identitetsbyggande och förtroendeskapande arbete på nätet.



Lindgrens beskrivning indikerar på att polisen bedriver ett förtroendeskapande arbete mellan polisen och allmänheten.

Enligt Lindgren har den ökade internetanvändningen gjort att alltmer individer arbetar inom sociala processer i syfte om att skapa kontakter, bygga förtroende för varandra och skapa nya relationer i den digitala världen (Lindgren 2017, s 74).

### Temat för del 3: Tillgängliga, samarbetsvilliga, förtroendefulla och beskyddare av allmänheten

Samtliga inlägg i detta avsnitt innehåller koden *närvarande* som porträtterar polisen och utvecklar ett tema som tillgängliga. Polisens porträttering som tillgängliga utvecklar parallellt ett tema som en beskyddare av allmänheten med anledning kring deras närvaro.

Polisens drivande tema som tillgängliga svarar på följande mål i kommunikationspolicyn: Polisen skall vara tillgänglig för allmänheten. Det ska vara enkelt för allmänheten att komma i kontakt med polisen (Polisen 2015b, s 3).

De sammanhängande koderna för bild 18 (*samarbete, närvarande* och *god relation*) skapar ett tema som porträtterar polisen som samarbetsvilliga, tillgängliga och förtroendefulla. Tillgängligheten tar sig främst i uttryck genom polisens närvaro. Samarbetsvilligheten gestaltas tydligast på bildtexten där polisen visar tacksamhet för allmänhetens hjälpsamma insatser. Koden *god relation* tar sig i uttryck på bilden som visar hur en polis och en okänd kvinna kramas, en indikation på att allmänheten har etablerat ett gott förtroende för polisen.

Det förtroendefulla temat kan ha en koppling till följande mål i kommunikationspolicyn: polisens kommunikation ska bidra till att upprätthålla och stärka medborgarnas förtroende för Polismyndigheten (ibid.).

Koderna för bild 19 (*information, närvarande* och *skydd*) driver ett tema som porträtterar polisens tillgänglighet. Koden *information* gestaltas tydligast på bildtexten som förklarar att polisen patrullerar Sollentunas gator och torg.

Ett återkommande tema som även förekommer på bild 19 är polisens porträttering som en beskyddare. Bild 19 innehåller koden *skydd* och den baseras utifrån polisens tillgänglighet och närvaro som framställer polisen som en tillgänglig beskyddare av allmänheten.

## 6.9 Del 4: Polisens digitala samarbetspartner

Detta avsnitt omfattar inlägg som visar polisens intresse för samarbete med allmänheten på sociala medier. Inläggen innehåller följande koder: *information*, *brottsbekämpning*, *samarbete* och *varning*.

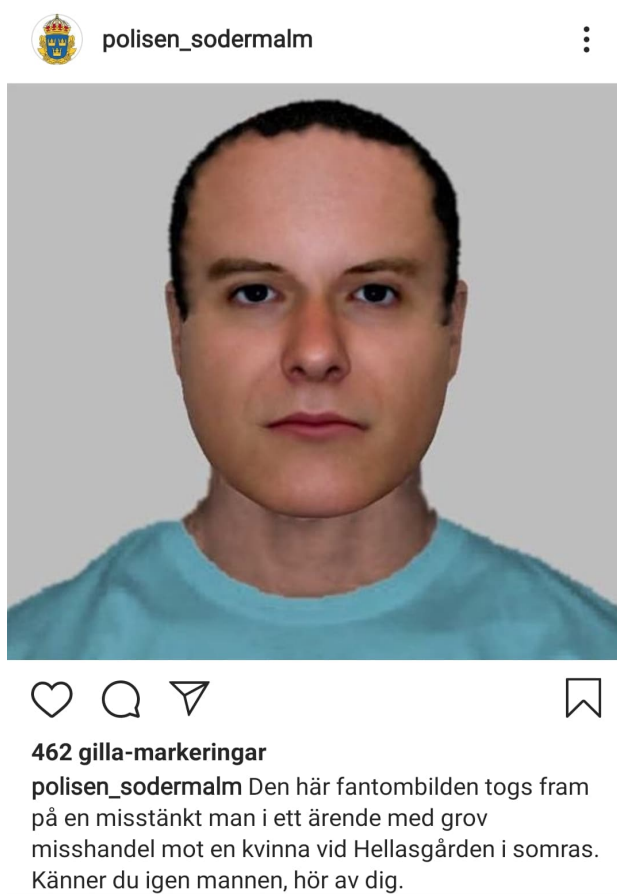


*Bild 20: Gärningsmän (polisen\_vallingby 2019).*

Inlägget ovan innehåller koderna *samarbete*, *brottsbekämpning*, *information* och *varning*. Polisens inbjudan till delaktighet på bildtexten indikerar på att polisen vill få hjälp av allmänheten i syfte om att gripa gärningsmännen. Koden *information* gestaltas både på bild- och texten som informerar allmänheten om att gärningsmännen är på fri fot. Informationen kan även ses som en *varning* med anledning kring att gärningsmännen ännu inte gripits. Koden *brottsbekämpning* gestaltas tydligt på bilden och bildtexten, inlägget kan ses som en performativ akt som signalerar att polisen arbetar med brottsbekämpning.

Bild- och bildtexterna kan kopplas till Heides m.fl. beskrivning av strategisk kommunikation ur ett dialogperspektiv. Författarna menar att dialog är tvåvägskommunikation som är starkt förknippat med delaktighet. Den strategiska kommunikationen och aspekten av dialog syftar inte endast till att transportera information mellan samtalsaktörerna utan även att transformera information och gemensamt skapa samt forma en betydelse. Dialog är något som skapar en förståelse och handlar även om att genom våra olika erfarenheter och kunskaper komma fram till en gemensam och djupare form av förståelse (Heide, Johansson & Simonsson 2012, s 73).

Ovanstående inlägg kan tolkas som en inbjudan till dialog mellan allmänheten och polisen där polisens huvudsyfte är att tillsammans lösa brott med hjälp av tips från allmänheten. Bilderna visar individer som eftersöks av polisen och i respektive bildtexter så uppmanar polisen allmänheten att bidra med hjälp i form av tips. Författarnas beskrivning av dialog och skapandet av en gemensam betydelse går att förknippa till bilderna då inläggen skapar en gemensam betydelse som i detta sammanhang syftar till att gripa samtliga gärningsmän.



*Bild 21: Fantombild (polisen\_sodermalm 2019).*

Ovanstående bild innehåller koderna: *samarbete*, *information* och *varning*.

Bilden och bildtexten informerar följarna om mannens utseende och vilket brott den misstänkta gärningsmannen anklagas för. På bildtexten vill polisen att allmänheten ska involvera sig i sökandet efter mannen vilket indikerar på polisens intresse för samarbete. Inlägget kan även tolkas som en varning till allmänheten på grund av att inlägget informerar följarna om att gärningsmannen är på fri fot.

Tema för del 4: Samarbetsvilliga, brottsbekämpare och beskyddare av allmänheten

Samtliga inlägg som presenterats i detta avsnitt innehåller koderna *information*, *brottsbekämpning*, *samarbete* och *varning*. De sammanhängande koderna skapar ett tema som framställer polisen som samarbetsvilliga, brottsbekämpare och som beskyddare av allmänheten.

Polisens intresse för samarbete är ett drivande tema i dessa inlägg och porträtteringen har en tydlig koppling till följande mål i polisens kommunikationspolicy: Att Polismyndigheten ska få in anmälningar, tips och vittnesuppgifter som kan hjälpa polisen att lösa brott (Polisen 2015b, s 3).

## 7. Slutdiskussion

### 7.1 Besvarande av frågeställningar

**Frågeställning 1:** *Hur porträtteras polisens yrkesidentitet, hur konstrueras polisidentitet på Instagram?*

Analysen resulterade i slutsatsen att polisen med hjälp av Instagram konstruerar, porträtterar och bedriver varierande polisidentiteter och yrkesidentiteter. Undersökningen presenterar ett flertal utmärkande teman som bedrivs på polisens Instagram-konton. *Identitet 1* visar att polisen bedriver en form av yrkesidentitet- och porträttering som en beskyddare av allmänheten. Denna form av självpresentation kan ses som fördelaktigt hos polisen eftersom den visar varför polisens deltagande på Instagram är relevant och viktig.

*Identitet 2* visar att polisen bedriver en porträttering av sin yrkesidentitet som *viktiga och omtyckta hjältar*. Denna identitet bygger på en form av yrkesporträttering-och identitet som sätter allmänhetens uppskattning av polisens existens i centrum. Självporträttering av yrkesidentiteten konstrueras med hjälp av bilder som visar allmänhetens gåvor, bildtexterna bekräftar och beskriver allmänhetens handlingar samt stärker polisens yrkesidentitet som samhällets hjältar.

*Identitet 3* innehåller två teman: *Människor* och *underhållare*. Dessa teman visar att polisen använder sig av inlägg med humoristiska inslag i syfte om att porträttera och förstärka en identitet som underhållare på Instagram. Stiers beskrivning av rolluppträdanden framgick som ytterst relevant i analysen, inläggen indikerade på att polisen använder sig av rolluppträdanden i syfte om att frigöra sig från den formella yrkesidentiteten till en mer informell yrkesidentitet. Inom ramen av denna självframställning så porträtteras polisen som mer mänskliga med hjälp av inlägg som sätter känslor i centrum som är avsedda till att framkalla skratt och glädje. Inom ramen av detta avsnitt framgår visst innehåll som kan upplevas som känsligt och stötande. Ett exempel på ett sådant inlägg är bild 9 där missbrukare sätts i jämförelse med en glad polis. Det finns en risk för att snarlika inlägg utvecklar en mer negativ syn av polisen och att allmänhetens förtroende för polisen kan riskera att minska.

## **Frågeställning 2: Hur fungerar denna porträttering som strategisk kommunikation?**

Polisen ska vara öppen och tillgänglig för allmänheten. Det ska vara enkelt för allmänheten att komma i kontakt med polisen (Polisen 2015b, s 3).

I del 1 framgår tre följande teman: *Tillgängliga, relationsbyggare* och *beskyddare av allmänheten*. Analysen visar att polisen bedriver en yrkesidentitet som gestaltar polisen som tillgängliga, i synnerhet på de inlägg som visar polisens närvaro vid offentliga evenemang. Temat *relationsbyggare* visar en porträttering som bygger på polisens relationsbyggande med allmänheten. Detta relationsbyggande gestaltas tydligt, i synnerhet på bild 13 där polisens primära målgrupp är HBTQ-personer. Polisens närvaro och tillgänglighet för allmänheten vid olika evenemang utvecklade ytterligare ett tema: *Beskyddare av allmänheten*. Detta tema tog sig i uttryck på bilderna respektive bildtexterna som bekräftade att syftet med polisens närvaro är att skydda allmänheten.

I enlighet med Polismyndighetens kommunikationspolicy ska polisen kommunicera och informera om brottsförebyggande information till medborgare. Informationen kan öka tryggheten och minska brottsligheten i samhället (Ibid.).

*Del 2* presenterar tre teman: *Tillgängliga, brottsbekämpare* och *upprätthållare av ordning*. Dessa teman utvecklades med hjälp av inlägg på brottsplatser, beslagtagna material och bildtexter med brottsförebyggande information. Inläggen i detta avsnitt svarar tydligt mot det ovanstående målet som syftar till att polisen skall arbeta för att nå ut med brottsförebyggande information i syfte om att minska brottsligheten.

Polisens kommunikation ska bidra till att upprätthålla och stärka medborgarnas förtroende för Polismyndigheten (Ibid.).

*Del 3* består av följande teman: *Tillgängliga, samarbetsvilliga, förtroendefulla* och *beskyddare av allmänheten*. Denna del i undersökningen visar att ovanstående mål uppfylls av polisen med hjälp av inlägg som bild 18 som visar en polis krama en okänd kvinna. Denna form av självporträttering visar att polisen innehar en god relation med medborgare vilket parallellt stärker bilden av polisen som förtroendefulla. Bilden signalerar och porträtterar även polisens närvaro och tillgänglighet som ytterligare är ett mål i polisens kommunikationspolicy.

Polismyndigheten ska få in anmälningar, tips och vittnesuppgifter som kan hjälpa polisen att lösa brott (Ibid.).

*Del 4* bestod av följande teman: *Samarbetsvilliga, brottsbekämpare* och *beskyddare av allmänheten*. Polisens vilja för samarbete, vittnesuppgifter och tips från allmänheten är central inom ramen av dessa inlägg. Polisen uppfyller ovanstående mål med hjälp av publicerade

inlägg på fantombilder och övervakningsbilder på diverse gärningsmän. Undersökningen visar att inläggens centrala syfte är att allmänheten ska engagera sig så att de tillsammans med polisen kan lösa ouppklarade brott.

## 7.2 Resultatdiskussion i relation till tidigare forskning

Ett resultat som utmärks i Westmans rapport är att polisen beskrivs inneha en mänskligare identitet under 2000-talet. Denna polisidentitet under bygger på att polisen tar sig friheten att uttrycka känslor, något som var ovanligt i jämförelse med tidigare polisidentiteter.

Westmans resultat kan kopplas till *identitet 3* som belyser polisens framställning av humor och sätter glädjekänslor i centrum. Majoriteten av inläggen under identitet 3 innehåller inlägg som består av humoristiska inslag vars syfte är att framkalla glädje och skratt. Undersökningen av *identitet 3* visar att Westmans beskrivning av polisidentiteten som konstruerades under 2000-talet tycks vara aktuell än idag.

Rolf Granérs forskningsresultat presenterar ett flertal olika polisidentiteter. En polisidentitet som utmärks i förhållande till denna magisteruppsatsens slutsats är *samhällsbäraren*. Denna polisidentitet kan relateras till ett återkommande tema och porträttering i denna studie, mer specifikt: *Beskyddare av allmänheten*. Det återkommande temat porträtterar polisen som en viktig yrkesidentitet och påminner om *samhällsbärarens* egenskaper och roll i samhället. Något som framgår tydligt är att båda yrkesidentiteterna bygger på ansvar och framställer polisen som en ytterst viktig yrkesgrupp i samhället.

Lauritzs forskningsresultat visar ett flertal utmärkande kategorier av polisidentiteter. *Omsorgsgivaren* är en identitet som beskrivs som en omsorgsfull och hjälpande polisidentitet som har en stark vilja av att rädda världen. *Omsorgsgivaren* är en polisidentitet vars egenskaper påminner om en specifik porträttering i denna undersökning: *Beskyddare av allmänheten*. Dessa yrkesidentiteter har ett gemensamt mål, driv och vilja som handlar om att skydda och hjälpa samhällets medborgare. *Omsorgsgivaren* kan även kopplas till bild 16 som visar poliser spela basket med ungdomar. På inlägget kan polisens deltagande tolkas som en form av relationsbyggande där polisen närmar sig ungdomarna i syfte om att ungdomarna ska känna trygghet vid polisens närvaro.

## 7.3 Möjlighet till fortsatt forskning

Denna undersökning har lyft fram inlägg som innehåller humoristiska inslag. Dessa inlägg framställer polisens yrkesidentitet som en icke-formell identitet. Det finns utrymme för

framtida forskning som skulle kunna undersöka vad likartade inlägg gör med allmänhetens förtroende för polisen, hur reagerar allmänheten på snarlika inlägg och vad diskuteras i kommentarsfältet? Möjliga metoder för en sådan undersökning skulle kunna vara intervjuer alternativt enkäter.

Vidare skulle forskning som rör den språkliga aspekten av polisens kommunikation på Facebook vara ett möjligt undersökningsområde. En sådan studie undersöker vad det är som sägs i dialogen mellan allmänheten och polisen. En lämplig metod för en sådan undersökning skulle vara textanalys eller innehållsanalys i kombination med teoretiska ramverk som John Austins teori om talhandlingar. Facebook är ett lämpligare val av sociala medier då nätverkstjänsten erbjuder mer utrymme för textproduktion i jämförelse med Instagram som har fotodelning som central funktion.



## 8. Källförteckning

### 8.1 Tryckt material

Barbosa da Silva, A. (1996). Kvalitativa analysmodeller - Analys av texter. I Svensson, P. & Starrin, B. (red.). *Kvalitativa studier i teori och praktik* (s. 170–171). Lund: Studentlitteratur.

Bergström, B. (2015). *Effektiv visuell kommunikation: om nyheter, reklam och profilering i vår visuella kultur*. (9., [rev.] uppl.) Stockholm: Carlsson.

Björkvall, A. (2009). *Den visuella texten: multimodal analys i praktiken*. Stockholm: Hallgren & Fallgren.

Danesi, M. (2017). *The semiotics of Emoji: the rise of visual language in the age of the Internet*. London: Bloomsbury Academic, An imprint of Bloomsbury Publishing Plc.

Esaiasson, P. (2003). *Metodpraktikan: konsten att studera samhälle, individ och marknad*. (2., [rev.] uppl.) Stockholm: Norstedts juridik.

Falkheimer, J. & Heide, M. (2007). *Strategisk kommunikation: en bok om organisationers relationer*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Gillberg, N. (2014). *Uppmärksamhetssamhället*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Hedlin Hayden, M., Rosenqvist, J., Lundström, A. & Gillgren, P. (2017). *Performativitet: teoretiska tillämpningar i konstvetenskap. 1*. Stockholm: Stockholm University Press.

Heide, M., Johansson, C. & Simonsson, C. (2012). *Kommunikation i organisationer*. (2 [omarb.] uppl.) Stockholm: Liber.

Herbert, I. & Englund Hjalmarsson, H. (2012). *Språket i sociala medier*. (1. uppl.) Stockholm: Producta.

- Jacobsen, D.I. (2007). *Förståelse, beskrivning och förklaring: introduktion till samhällsvetenskaplig metod för hälsovård och socialt arbete*. Lund: Studentlitteratur.
- König, S. (2012). *Kundrelationer i sociala medier*. (1. uppl.) Malmö: Liber.
- Laestadius, L. (2017) *Instagram*. I Sloan, L. & Quan-Haase, A. (red.) *The Sage handbook of social media research methods*. Los Angeles: Sage Publications.
- Lauritz, L.E. (2009). *Spirande polisidentiteter: en studie av polisstudenters och nya polisers professionella identitet*. Diss. Umeå: Umeå universitet, 2009. Umeå.
- Lindgren, S. (2017). *Digital media & society*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Lundälv, J. (2015). *Blogga tryggt: nya medier i tjänsten*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Nyberg, A. & Wiberg, M. (2014). *Sociala medier och härskartekniker*. (1. uppl.) Lund: Studentlitteratur.
- Rosenberg, T. (2014). Om du är queer, skrik ut det!: tankar om Queer Nations manifest. *Lambda nordica*. (2014(19):1, s. 63-83).
- Sloan, L. & Quan-Haase, A. (red.) (2017). *The Sage handbook of social media research methods*. Los Angeles: Sage Publications.
- Stier, J. (2019). *Identitet: ett socialpsykologiskt perspektiv*. (Andra upplagan). Lund: Studentlitteratur.

## 8.2 Elektroniskt material

- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*. Vol. 3,(77-101). doi: <http://dx.doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Galli, E. (2018, 26 juli). Prideparaden ger inte ett rosa samvete. *Aftonbladet*. Hämtad från <https://www.aftonbladet.se/kultur/a/On7r1O/prideparaden-ger-inte-ett-rosa-samvete>
- Granér, R. (2004). *Patrullerande polisens yrkeskultur [Elektronisk resurs]*. Diss. , 2004. Lund

Hedlin Hayden, M., Rosenqvist, J., Lundström, A. & Gillgren, P. (2017). *Performativitet [Elektronisk resurs] teoretiska tillämpningar i konstvetenskap: 1*. Stockholm: Stockholm University press.

Lenemark, C. (2007). Författaren Online. *Bloggen som performativ plattform för självframställning*, 37(4), (52–61). Hämtad från <http://ojs.ub.gu.se/ojs/index.php/tfl/article/view/98>

Polisen. (2019a). *Polismyndighetens organisation*. Hämtad 2020-02-14 från <http://polisen.se/om-polisen/organisation/>

Polisen. (2015b). *Polismyndighetens kommunikationspolicy*. Hämtad 2020-04-26 från <https://polisen.se/siteassets/dokument/om-polisen/kommunikationspolicy-for-polismyndigheten.pdf>

Polisen. (u.å). *Polisen som arbetsplats*. Hämtad 2020-02-24 från <https://polisen.se/om-polisen/jobba-hos-polisen/polisen-som-arbetsplats/>

Polisen. (u.å). *Polisen på sociala medier*. Hämtad 2020-02-17 från <https://polisen.se/aktuellt/sociala-medier/>

Statskontoret. (2018). *Polisen främjar medborgardialog och förtroende i sociala medier*. Hämtad 2020-05-19 från <http://www.statskontoret.se/forvaltningskultur/filmer/polisen-framjar-medborgardialog-och-fortroende-i-sociala-medier/>

Westman, J. (2012). *Den goda polisen [Elektronisk resurs]: En analys av Polistidningens konstruktioner av polisen under perioden 1974–2008*. Växjö: Linnaeus University Press.

### 8.3 Bildmaterial

Bild 1: polisen, 2018. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 2: polisen, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 3: polisen\_kalmar\_oland, 2020. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 4: polisenstockholm, 2018. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 5: polisen.norrmalm, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 6: polisen.norrmalm, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 7: polisen.skarholmen, 2020. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 8: polisen.norrmalm, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-04]

Bild 9: polisen\_trelleborg, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-05]

Bild 10: polisen.norrmalm, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-05]

Bild 11: polisen\_trelleborg, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-05]

Bild 12: polisen\_trelleborg, 2018. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-05]

Bild 13: polisen\_thn\_vbg\_lillaedet, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-02]

Bild 14: polisen\_kalmar\_oland, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 15: polisen, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 16: polisen, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 17: polisennykoping, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 18: polisen, 2018. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 19: polisen\_sollentuna, 2020. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 20: polisen\_vallingby, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-03-03]

Bild 21: polisen\_sodermalm, 2019. Tillgänglig på [Instagram] [Inhämtad 2020-05-04]

Framsidas illustration: Emma Hanquist Illustration, 2019. Tillgänglig på  
<http://www.emmahan.com/> [Inhämtad 2019-12-15]