

Overvåker og overvåket

En studie av unge voksnes tilnærminger til overvåking, beskyttelse og image i sosiale medier



Masteroppgave i Medier og Kommunikasjon

Institutt for Informasjons- og Medievitenskap

Universitetet i Bergen

Dorthea Roe

Vår 2021

Sammendrag

Denne oppgaven undersøker hvilke praksiser unge voksne har for å overvåke andre individer i sosiale medier, og hvordan de selv beskytter seg for slik overvåking, ofte kalt «stalking». I den sosio-tekniske konteksten som er sosiale medier er det muligheter for å følge med på og samle informasjon om andre mennesker på en helt annen måte enn tidligere.

Oppgaven utforsker hvordan unge voksne forholder seg til overvåkingsmulighetene i sosiale medier, og hvordan de oppfatter image og personvern i denne sammenheng. Ved å studere motivasjonene bak det å overvåke venner og kjente kaster oppgaven lys på et felt som er svært omfattende, og som ligger i smeltepunktet mellom sosiale relasjoner og teknologiens muligheter. I analysen blir det presentert en case, som omhandler hvordan individer stalker kjærlighets-interesser. Dette er et aspekt som er svært viktig i informantenes dating-liv.

Materialet fra intervjuene med informanter ble analysert ut ifra dimensjoner som er teoretisk basert, dette vil komme tydelig frem i presentasjon av teori og i analysekapitlene.

Funnene illustrerer at informantene har ulike motivasjoner, og praksiser, for å overvåke andre individer i sosiale medier. Det å følge med på hvor andre individer befinner seg geografisk, og hvem andre individer interagerer med, er noen motivasjonene informantene har for å «stalke» andre brukere i sosiale medier. Informantenes praksiser og atferd i sosiale medier, er komplekse, særlig i sammenheng med image. Her kommer det frem en del selvmotsigelser, muligens på grunn av stigma rundt det å være opptatt av image i sosiale medier. Det er tydelig at normene rundt overvåking og personvern i sosiale medier ikke er helt utarbeidet blant informantene. Funnene viser også tendenser til ulikheter basert på kjønn. De kvinnelige og mannlige informantene har ulike strategier for overvåking og beskyttelse, og de har også til dels ulike holdninger til image og personvern i denne sammenheng.

Forord

Å skrive master kan være utfordrende nok under normale omstendigheter, og ikke minst under en pandemi. Likevel har det vært en spennende og lærerik prosess, som jeg ikke ville vært foruten. Men ingen student er en øy, og uten litt støtte på veien ville jeg ikke vært hvor jeg er i dag. I den forbindelse er det flere som fortjener en takk.

Først må jeg takke min formidable veileder, Knut Helland. Takk for kontinuerlig støtte og råd. Takk for entusiasmen du har vist for prosjektet mitt, det har vært en stor motivasjon for meg. Du har pekt meg i riktig retning når jeg har stått fast, og du har utfordret meg når jeg har trengt det. Jeg kunne ikke bedt om en bedre veileder.

Jeg vil også takke Medietilsynet (RAM) for masterstipend. Dette hjalp meg å se viktigheten av temaet jeg hadde valgt, og ga meg ekstra motivasjon i en traust korona-hverdag.

Medstudentene som har vært på lesesalene i disse tider fortjener også en takk, særlig Therese fra 644. Det er godt å dele frustrasjonen (og gleden) med andre som er i samme båt. Takk for gode faglige, og ikke fullt så faglige, diskusjoner. Jeg vil også takke mine medstudenter Ina og Maya for korrekturlesing i siste liten.

Informantene mine fortjener en takk for at de lot seg intervju om et såpass personlig tema, noe som ikke alltid er like lett å prate om over Teams.

Å skrive masteroppgave medfører en del stress, og jeg vil takke venner og familie for at dere har holdt ut med meg i denne tiden. Takk for støtte og oppmuntring når jeg har trengt det, og for at dere alltid har troen på meg.

Dorthea Roe
Bergen, 14. juni 2021

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	1
1.1. Problemstilling.....	3
2. Tilnærminger	5
2.1. Andre brukere som overvåkere i sosiale medier.....	5
2.2. Sosiale medier	6
2.2.1. De mest brukte sosiale mediene	6
2.3. Overvåking	7
2.3.1. Definisjon av overvåking og personopplysninger.....	8
2.3.2. Sosial overvåking.....	9
2.3.3. Peer-to-peer monitoring	9
2.3.4. Er «stalking» den sosiale overvåkingen?.....	10
2.3.5. Er sosiale medier designet for overvåking?	12
2.4. Kunnskap og makt.....	13
2.4.1. Relasjoner som maktarenaer	13
2.4.2. Makt-modell for sosial overvåking	14
2.4.3. Makt og kontroll som motivasjon	15
2.5. Beskyttelse / personvern	16
2.5.1. Begrepene «personvern» og «privacy».....	17
2.5.2. Normativ oppfatning av privacy/personvern.....	17
2.5.3. Westin: Personvernet og privatlivets funksjoner	18
2.5.4. Personvernlovgivning (GDPR).....	19
2.5.5. Deling av personopplysninger på individ-nivå	21
2.5.6. Hvorfor diskutere personvern i sosiale medier?.....	23
2.6. Image og fasade i sosiale medier	24
2.6.1. Front stage / back stage	24
2.6.2. Image i praksis	25
2.6.3. Image som beskyttelse.....	26
3. Metode	28
3.1. Forskningsdesign	28
3.2. Kvalitative intervjuer.....	29
3.2.1. Kritikk mot kvalitative forskningsintervju som metode.....	29
3.2.2. Semistrukturerte intervjuer	30
3.3. Planlegging av studien og informantutvalg.....	31
3.3.1. Rekruttering av informanter.....	31
3.3.2. Informantene	32
3.4. Intervjuguiden	32
3.5. Gjennomføring av intervjuer.....	33
3.5.1. Å intervju digitalt	35
3.6. Etske perspektiver	35
3.6.1. Etsk analyse – hvor mye skal man analysere informanten utover det de forteller?.....	37
4. Strategier for å overvåke andre individer i sosiale medier	39
4.1. Bruker informantene latter som forsvarsmekanisme?	41
4.2. Hvorfor stalke andre individer i sosiale medier?	42

4.3.	Overraskende funn	43
4.4.	Case: stalking av kjærlighets-interesser	43
4.4.1.	Tinder: startskuddet for stalking av romantiske interesser	43
4.5.	Kan «sosiale nyheter» være en «trigger» for å stalke?	46
4.6.	Hvor går grensen, når går stalkingen/overvåkingen for langt?	47
4.7.	Hvilke sosiale medier er best tilrettelagt for overvåking?	48
4.8.	Oppsummering – stalking i sosiale medier er et omfattende fenomen	51
5.	<i>Hvordan brukes overvåkingsdataene som samles inn?</i>	<i>52</i>
5.1.	Hva skjer når man får kunnskap om folk man ikke kjenner?	52
5.2.	Kunnskap blir til <i>sladder</i> – «vanlige folk» er av stor interesse	53
5.3.	Kunnskap er makt?	56
5.4.	Er det greit å stalke/overvåke andre individer?	58
5.5.	Sosial kontekst – samtaleemne	59
5.6.	Oppsummerende om bruken av «sosial kunnskap»	60
6.	<i>Hvorfor, og hvordan, beskytter unge voksne seg mot sosial overvåking?</i>	<i>61</i>
6.1.	Er det nødvendig å beskytte seg for sosial overvåking?	61
6.2.	Hvordan beskytte seg?	62
6.2.1.	Geolokasjon	64
6.3.	Det er behov for beskyttelse, og for kontroll over eget publikum	66
7.	<i>Fasade & Image</i>	<i>68</i>
7.1.	Informanter om «image» i sosiale medier	69
7.1.1.	Hvilke kriterier skal være på plass før informantene poster noe?	71
7.1.2.	Korona-image	73
7.2.	Synlighet på nett	75
7.2.1.	Er sosiale medier en del av offentligheten?	76
7.3.	En kommer ikke utenom et image	77
8.	<i>Personvern i hverdagen</i>	<i>79</i>
8.1.	Å legge ut bilder uten samtykke	79
8.2.	Det sosiale innholdet som blir lagret i appene	82
8.2.1.	Apper deler personopplysninger med tredjeparter uten samtykke	82
8.2.2.	Hvilken aktør er informantene mest bekymret for, den kommersielle eller den sosiale?	82
8.2.3.	Er det først på nett, så er det på nett	83
8.3.	Oppsummering – på hvilke måter er informantene opptatt av personvern?	85
9.	<i>Forholder kvinner og menn seg ulikt til overvåking i sosiale medier?</i>	<i>86</i>
9.1.	Kvinner, menn og image	86
9.2.	Ulike strategier for stalking basert på kjønn?	87
9.3.	Tendenser til ulikheter	88
10.	<i>Oppsummering og ettertanker</i>	<i>90</i>

10.1. Oppsummerende om funn	90
10.2. Videre forskning	92
Litteratur	94
Andre kilder.....	95

1. Introduksjon

Vi ser og blir sett, dag etter dag. Innhold som ser sporadisk og tilfeldig ut er gjerne nøye planlagt. For vi vet at vi blir observert, vi observerer jo selv de rundt oss. Overvåkerne er ikke lenger bare kontrollerende stater eller mektige konsern, dagens overvåkere står oss nærmere enn som så. De sosiale mediene vi bruker daglig er skreddersydd for at vi skal kunne overvåke og «stalke» hverandre. Vi skaper selv et «image» som vi vil at omverden skal se, og vi er klar over at vi blir vurdert basert på det vi poster i sosiale medier. De fleste som bruker sosiale medier er innforstått med spillereglene. Men betyr det at det ikke finnes grenser for hvor langt en er villig til å gå for å få informasjon om andre?

Hvorfor overvåker vi hverandre i sosiale medier? De fleste brukere vil nok innrømme å ha sett på andre brukere sine profiler mer enn én gang. Det å «stalke» noen via deres profiler på sosiale medie-plattformer er blitt en stor del av vår digitale kultur. Hva er det med sosiale medier som bringer frem disse handlingene hos brukerne? Er behovet for å følge så nøye med på andre rundt oss drevet av instinkt, og uavhengig av teknologi, eller skaper sosiale medier ønsker og handlinger hos oss som brukere som vi ikke hadde i utgangspunktet? Styrer algoritmene i sosiale medier hvor ofte vi klikker oss inn på andre sine profiler, eller er vi som brukere kun nysgjerrig av natur?

Med ordet *overvåking* så tenker nok de fleste at det er noen som følger nøye med på deg, gjerne med en baktanke. Overvåkingsbegrepet i seg selv har ikke nødvendigvis fått ny betydning, men hvem som overvåker, hvordan de overvåker, og mulighetene for å beskytte seg mot overvåking ser svært annerledes ut i dag enn for ti-tjue år siden. Med sosiale medier har det kommet nye muligheter for overvåking og i dag må rollene til helt «vanlige» brukere tas stilling til på en annen måte enn tidligere. Generelt sett kan man si at overvåking, på flere måter, er et mye mer komplekst konsept, og har en helt annen praksis i dag, enn for bare få år siden.

Overvåkingen som blir gjort av de «vanlige» brukerne, tar ofte utgangspunkt i sosiale medier. Sosiale medier er en gullgruve for å få informasjon om de rundt oss, og det trenger ikke være vanskelig å finne ut hvor venner og kjente befinner seg til enhver tid, hvem de er sammen med eller hva de gjør på. De sosiale mediene er designet for å dele og å følge med på hva

andre deler, og teknologien blir en stor del av det sosiale feltet. Det å følge med på andre, og å dele selv, kan fort bli svært viktig når det er snakk om å være del av et sosialt fellesskap. Men hvor kommer overvåking inn her? Å dele små utsnitt av dagen sin med venner, og følge med på hva andre gjør i gjengjeld, er dette overvåking? Når går det fra å være uskyldig deling til at vi kan snakke om en form for sosial overvåking?

Det siste året har det blitt tydeligere og tydeligere for meg hvor omfattende overvåking blant venner og bekjente på sosiale medier har blitt. Gjennom prat med venner og andre vokste interessen min for dette feltet, og jeg ville gjerne finne ut mer om hvordan unge voksne bruker sosiale medier for å følge med på hverandre, og hva de eventuelt gjør med den kunnskapen de får gjennom «stalking». Dette temaet er noe som berører alle som bruker sosiale medier, og jeg mener det er relevant for alle som er del av den digitale verden.

Hvordan sosiale medier brukes av unge voksne i dag er et felt jeg mener er viktig å forske på da det spiller en stor rolle i oppvekst og utvikling, blant annet. Det er gjort færre studier om bruken av sosiale medier blant unge voksne i forhold til studier på tenåringer og barn, og jeg mener det er viktig å undersøke hvordan denne tematikken berører unge voksne. Sosiale medier spiller også en stor rolle når det gjelder å forholde seg til omgivelsene sine, noe som berører alle som befinner seg i en digital kultur.

Dette prosjektet måler ikke *hvor mange* unge voksne som bruker de ulike sosiale mediene til overvåking og «stalking», men det går i dybden på hvordan et utvalg av brukere overvåker sine venner, og andre rundt seg, og hvordan de selv eventuelt opplever å bli overvåket i hverdagen.

En hører stadig at dagens unge ikke bryr seg om personvern og privatliv på nett. At de deler hva som helst, med hvem som helst, ser ut til å være en populær oppfatning, som kan se ut til å være noe forankret i medieoffentligheten. Men stemmer dette? Hvordan unge voksne ser på personvern og privatliv i sosiale medier i dag blir også en sentral del av prosjektet. Jeg ønsker å finne ut om unge voksne synes personvern, både eget og andre individers personvern, er viktig å verne om, særlig da i sosiale medier, siden det er her mye av dagens kommunikasjon blant unge tar sted.

Selv om det ofte kan se ut som at unge ikke bryr seg om personvern og privatliv på nett og i sosiale medier, så tror jeg ikke at det er fullt så enkelt. Det å holde sin egen «person» privat i dagens digitale samfunn er en utfordring for de fleste, og selv om noen kanskje ønsker å ha mer privatliv enn andre, er ikke dette nødvendigvis en enkel praksis.

Viktigheten av å forske på sosiale medier har aldri vært mer pressende. Det er flere aspekter som er utfordrende med sosiale medier i dag, og i dette prosjektet skal vi ta for oss noen av disse aspektene. Forskning på sosiale medier er komplekst, og de sosiale nettverksplattformene endrer seg konstant. Siden feltet er i stadig utvikling er det viktig å se på dynamikker som kan være gjeldende for ulike faser i sosiale mediers historie, i tillegg til å se på hvordan situasjonen er i gitte øyeblikk. Dette prosjektet forsøker å gjøre begge deler.

1.1. Problemstilling

Denne oppgaven analyserer *hvordan* unge voksne som individer overvåker hverandre i sosiale medier, og hvordan de selv beskytter seg for en type overvåking hvor de som individer også er aktører som overvåker andre. Ved å studere motivasjonen bak overvåkingspraksisene til unge voksne vil jeg undersøke et fenomen som trolig vil vokse seg enda større, i takt med den teknologiske utviklingen.

Problemstillingen er todelt, og er sammensatt av flere dimensjoner som prosjektet tar utgangspunkt i. Den første delen tar sikte på å undersøke hvordan individer overvåker hverandre i sosiale medier, og den andre delen skal se på holdningene unge voksne har til overvåking og hvilke praksiser og tilnærminger de har for å beskytte seg mot overvåking gjort av andre individer. Problemstillingen vil derfor være:

Hvordan overvåker brukere hverandre i sosiale medier, og hva er motivasjonen bak overvåkingen? Hvordan beskytter de seg mot overvåkingen, hva tenker de om personvern her, og hvordan bygger de selv en fasade og et «image»?

Den første delen av problemstillingen tar mest utgangspunkt i hvordan unge voksne overvåker andre individer, og hva som ligger til grunn for overvåkingspraksisene. Den andre delen fokuserer mer på holdningene de har til sosiale medier i sammenheng med overvåking,

beskyttelse og image, og hvilke tilnærminger de har til personvern i hverdagen på sosiale medier. Det skal også undersøkes hvordan holdningene til informantene eventuelt henger sammen med personlige opplevelser.

I dette prosjektet analyserer jeg materialet ut ifra dimensjoner som er teoretisk-analytisk fundert. Den første dimensjonen handler om overvåkingspraksiser, eller strategier. Den andre dimensjonen undersøker hvordan informasjon og kunnskap fått fra overvåking blir brukt, i sammenheng med makt. Den tredje dimensjonen handler om beskyttelse for overvåking. Den fjerde dimensjonen fokuserer på image i sammenheng med overvåking. Den femte og siste dimensjonen handler om personvern i hverdagen, i sammenheng med overvåking i sosiale medier.

De fem dimensjonene gjør at prosjektet har et stort omfang, men jeg mener det er nødvendig å se på fenomenet overvåking i sosiale medier fra alle fem vinklene for å kunne undersøke de sosiale dynamikkene i sammenheng med overvåking. Bredden skal kunne gi et helhetlig bilde av situasjonen de unge voksne jeg intervjuer befinner seg i, og jeg står fast ved de valgte dimensjonene.

Videre i oppgaven skal vi se på tilnærminger som belyser hvorfor det er akkurat disse fem dimensjonene prosjektet tar utgangspunkt i når jeg undersøker overvåking mellom individer i sosiale medier.

2. Tilnærminger

Dette kapittelet tar for seg tilnærmingene til prosjektet, og presenterer teorier og tidligere studier innenfor feltet, i tråd med dimensjonene som prosjektet tar utgangspunkt i.

2.1. Andre brukere som overvåkere i sosiale medier

Forskning på unge og sosiale medier, i sammenheng med overvåking, er et felt som kan sies å ha noen mangler, for eksempel når det gjelder forskning på andre aldersgrupper enn barn og tenåringer. Feltet har likevel flere banebrytende forskere, som har tatt på seg det oppdraget å undersøke hvordan individer kan være overvåkere av hverandre i sosiale medier.

Når det gjelder tidligere forskning som inspirasjon for valg av tema er medieforsker Alice E. Marwick høyt oppe på listen. I studien *The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life* (2012) avdekker Marwick hvordan amerikanske tenåringer overvåker hverandre på nett. Marwick setter temaet *overvåking* inn i en ny kontekst, og ser på det sosiale feltet og hvordan overvåkingen foregår her.

Danah Boyd, og boken *Its Complicated: The Social Lives of Networked Teens* (2014), setter tenåringer sine sosiale interaksjoner på nett, og i sosiale medier, under lupen. Måten Boyd forklarer kompleksiteten rundt det sosiale livet til tenåringer på nett fikk meg til å tenke på om livet til unge voksne på nett er like komplisert og omfattende. Boyd tar for seg flere interessante tema i sammenheng med sosiale medier. Identitet, personvern, mobbing, ulikhet og det å skape en egen offentlighet er noen av aspektene Boyd undersøker.

En annen inspirator var Terje Sandkjær Hanssen, som i sin masteroppgave *Prisen å betale: En studie av hvordan unge voksne forholder seg til personvern på nett* (2019) også er inne på tema om unge og overvåking på nett. Sandkjær Hanssen undersøkte hvordan unge vurderer eget personvern på nett, og hva som påvirker disse vurderingene. Her var informantene bekymret for andre brukere, noe jeg fant interessant, og gjerne ville undersøke mer.

Videre skal vi se på hva som kjennetegner sosiale medier, og hvordan overvåking er mulig.

2.2. Sosiale medier

Ida Aalen (2015, s. 19) beskriver sosiale medier som medier hvor det ikke er et klart skille mellom avsender og publikum, hvor de samme menneskene kan produsere og konsumere. Aalen peker også på hvordan sosiale medier legger til rette for mange-til-mange kommunikasjon. Sosiale medier, eller en sosial nettverkstjeneste, er enten basert på *synkrone* eller *asynkrone* relasjoner. Synkrone relasjoner betyr at det må være *gjensidighet*, at begge partene må godkjenne den andre som venn i sosiale medier, mens asynkrone betyr at du kan følge noen uten at de følger deg tilbake (Aalen, 2015, s. 20).

Aalen mener at den beste måten å forstå sosiale medier på er å forstå folk. Aalen mener på den ene siden at forklaring på oppførsel i sosiale medier som regel vil oppdages ved å studere tilsvarende oppførsel ansikt-til-ansikt. På den andre siden mener hun også at en ikke kommer bort fra at sosiale medier har noen kjennetegn som gjør det vanskelig å tenke på ting som privatliv i de samme termene som tidligere, med tanke på at kommunikasjonen er digital. Aalen drar her inn Danah Boyd, og viser til det Boyd skriver om fire egenskaper ved sosiale medier som gjør det krevende å forvalte privatlivet sitt: vedvarenhet, reproduserbarhet, skalerbarhet og søkbarhet (Aalen, 2015, s. 81). Vedvarenhet handler om hvordan internett ikke glemmer, slik ting kan glemmes i en «vanlig samtale». Reproduserbarhet har med kopiering å gjøre, og hvor enkelt dette er på internett og i sosiale medier. Skalerbarhet handler om publikum, og hvordan et publikum på nett ikke trenger å ha en øvre grense, slik et publikum har i en konsertsal e.l. Søkbarhet går ut på at digital informasjon enklere kan gjenfinnes enn analog informasjon. Aalen mener at kombinasjonen av disse fire egenskapene gjør det vanskelig å avgjøre hvem som er publikum i sosiale medier til i nåtid, og hvem som kan komme til å være publikum i fremtiden.

2.2.1. De mest brukte sosiale mediene

Alle informantene i denne undersøkelsen, med unntak av én, bruker *Snapchat* på daglig basis. Snapchat ble først lansert i 2011, og er svært populær blant tenåringer og andre under 30 år. Det fremste særtrekket med denne foto- og videotjenesten er at bildene slettes etter 1-10 sekunder, og er beregnet på *øyeblikksrapporter* (Gripsrud, 2015). Denne kortvarige og raske bildedelingsfunksjonen kan tenkes å være en av hovedgrunnene til at appen er så populær (Vedå, 2019). Siden innholdet på Snapchat «forsvinner» etter noen sekunder, så er terskelen for hva som kan sendes lavere her enn i andre sosiale medier. Mange brukere tenker da at det

er «trygt» å sende bilder som er på kanten av offentlig moral. Likevel kan bildene lagres av mottakerne, og det har vært mange tilfeller med skandaler hvor Snapchatbilder har kommet på avveie (Gripsrud, 2015). Snapchat er basert på synkrone relasjoner. Brukerne må godkjenne hverandre som venn, og andre brukere kan ikke se hvilke andre brukere du er koblet til, slik de kan på Facebook eller Instagram.

Alle informantene bruker det sosiale mediet *Instagram* regelmessig. Instagram ble lansert som en gratis mobil-app i 2010. Ett av aspektene med Instagram er at bildene der også kan deles over andre tjenester, som Twitter, Tumblr og Facebook. I 2012 kjøpte Facebook hele Instagram-tjenesten for 1 milliard dollar (Gripsrud, 2015). Dette vil si at om du bruker Instagram er dataene dine der tilgjengelig for Facebook, selv om du ikke har en Facebook-konto.

Facebook kan sies å være det mest suksessrike av nettverksmediene (Gripsrud, 2015). Men de unge bruker ikke Facebook like mye i dag (Geismar & Know, 2021), de trekker heller til nyere sosiale medier som Instagram og Snapchat. De unges overgang fra Facebook til andre sosiale medier kan henge sammen med at den eldre garde, gjerne i form av foreldre, begynte å bruke tjenesten (Gripsrud, 2015). Dette er noe flere av informantene påpeker. Alle informantene har fortsatt en Facebook-konto, men det er mer av vane, og de bruker den ikke like mye lenger. De er mer aktive på Instagram og Snapchat. Både Instagram og Facebook er forholdsvis asynkrone, ved unntak av at venneforespørsler må godkjennes på Facebook.

Snapchat, Instagram og Facebook er de tre sosiale mediene som blir fokusert mest på i dette prosjektet, fordi det er disse sosiale mediene informantene bruker mest. Men hvordan har det blitt så stor kultur for å overvåke andre brukere i sosiale medier? Videre skal vi se på hva overvåkingsbegrepet betyr i dag.

2.3. Overvåking

Overvåking i det tjuetførste århundre har endret seg markant fra det som tidligere ble sett på som overvåking. Sosiologi-professor David Lyon prøver å sette ord på hvordan overvåkingen skjer i dag når han skriver at «*not only being watched but watching itself has become a way of life*» (Lyon, 2018, s. 2). Det Lyon viser til her er at overvåking i dag handler like mye om å se og følge med på andre mennesker, som det å bli sett og observert av andre selv. I boken

The Culture of Surveillance (2018) fokuserer Lyon på den type overvåking som alle som bruker sosiale nettverkssider og andre digitale løsninger er del av, og han kaller tiden vi lever i nå for en *overvåkingskultur*. Lyon understreker hvor viktig det er å se forbi det mer tradisjonelle blikket på overvåking, for å se på folk sine hverdagslige opplevelser med overvåking, og å finne ut hva individer tenker om overvåking, inkludert hvordan de selv overvåker andre.

2.3.1. Definisjon av overvåking og personopplysninger

Overvåking er et ord vi hører relativt ofte i dag, og som oftest brukes det i sammenheng med det å bli sett eller observert av noen, gjerne regelmessig. Selve ordet, som er av fransk opphav, betyr også da å «se», eller «watch over» (Lyon, 2018). Ifølge Lyon er dette den enkle delen av begrepet, da hva man faktisk legger i det ikke alltid er like klart. Lyon definerer overvåking som «*the operations and experiences of gathering and analysing personal data for influence, entitlement and management*» (Lyon, 2018, s. 6). Lyon drar altså inn både selve innsamlingen av data, og analyseringen av dataen, og hva den eventuelt brukes til, som del av overvåkingsbegrepet. At begrepet inneholder disse ulike stadiene i overvåkingspraksisen; innsamling, analyse og bruk, viser også til kompleksiteten av begrepet, og hvor stort omfang fenomenet overvåking ofte har.

Videre påpeker Lyon at hva man legger i begrepet *personal data* også er et viktig aspekt, da det vil variere hva som kategoriseres som personlig data, og det er ikke gitt at dette betyr det samme for ulike aktører. Datatilsynet (2019) definerer personopplysninger som opplysninger og vurderinger som kan knyttes til deg som enkeltperson, for eksempel navn, adresse, telefonnummer og fødselsnummer. Et fotografi regnes også som en personopplysning, i tillegg til fingeravtrykk, og data som brukes for ansiktsgjenkjenning. Opplysninger om atferdsmønstre er også personopplysninger, noe som er en nyere utfordring med personvern med tanke på de digitale sporene vi legger igjen (Datatilsynet, 2019). Det skilles mellom *personopplysninger*, og *sensitive personopplysninger*. Sensitive personopplysninger kan være opplysninger om etnisk opprinnelse, genetiske opplysninger, helseopplysninger, biometriske opplysninger, politisk oppfatning, religiøs oppfatning, opplysninger om filosofisk overbevisning, og opplysninger om seksuelle forhold og seksuell legning (Datatilsynet, 2019).

Lyon skriver videre at alle aktører bør behandle folk sine personlige data på samme måte som man ville behandlet noen ansikt til ansikt, uavhengig av kontekst. Men dette er per dags dato kun et ideal, og å få til dette i praksis vil være vanskelig. Men Lyon peker på at et potensielt startsted kan være individ-orientert.

2.3.2. Sosial overvåking

Lyon skriver at det å følge med på andre, og det å selv bli sett av andre, har blitt en stor del av livet i dagens digitale kultur. Når overvåkingen blir individ-orientert på denne måten, og det handler om at individer følger med på andre individer, blir det *sosiale aspektet* ved overvåkingen sentralt.

Sosial overvåking defineres av Marwick (2012) som bruken av Web 2.0 sider som Twitter, Facebook og andre sosiale medier, for å se hva venner og bekjente holder på med til enhver tid. Disse teknologiene er designet slik at brukerne kontinuerlig kan undersøke digitale spor som er lagt igjen av de menneskene de er tilkoblet i sosiale medier. Marwick skriver videre at denne konstellasjonen av praksiser, under begrepene «*stalking*», «*watching*», «*creeping*», «*gazing*» eller *å se*, er karakteristisk for sosiale medier.

Web 2.0 bør ifølge Marwick sees på som et økosystem med overlappende og sammenhengende sider som skaper en modell av sosial oppførsel større enn sine deler. Når individer kringkaster informasjon om seg selv, og andre, i ulike kanaler vil det være mye informasjon en tilskuer kan finne (Marwick, 2012). Sosiale medier fungerer slik at informasjon både absorberes og produseres, noe som skaper en slags symmetrisk modell av overvåking hvor seerne forventer, og ønsker, å bli sett (Marwick, 2012).

2.3.3. Peer-to-peer monitoring

Mark Andrejevic (2005) sin definisjon av overvåking mellom individer har større bredde enn Marwick sin definisjon av samme type overvåking. Andrejevic forklarer denne typen overvåking som «*the use of surveillance tools by individuals, rather than by agents of institutions public and private, to keep track of one another*». Denne overvåkingen dekker, men er ikke begrenset til, tre hovedkategorier: romantiske interesser, familie og venner, eller bekjente. Ifølge Andrejevic er det flere nivåer av overvåking som går innenfor denne definisjonen. Det kan være alt fra et enkelt Google-søk til å kjøpe avansert overvåkingsutstyr.

Andrejevic sin definisjon skiller seg fra Marwick sin, fordi Andrejevic også ser på overvåking som skjer utenfor nettet. Det vil ikke nødvendigvis være fokus på slik overvåking i denne oppgaven, men det er likevel relevant å ta i betraktning; den overvåkingen som skjer på nettet i dag henger tett sammen med interaksjoner individene har utenfor nettet.

Andrejevic (2005) mener at overvåking blir tungt markedsført i sammenheng med online-dating. Ifølge Andrejevic var det i 2005 svært vanlig å gjøre bakgrunnssjekker på potensielle kjærester. I dag gjør teknologien det mulig å finne ut svært mye om en potensiell kjæreste på egenhånd, gjennom sosiale medier. Behovet for å finne ut mest mulig om mennesker man har, eller ønsker å ha, romantiske relasjoner til, har ikke blitt mindre de siste femten årene. Dette kommer vi tilbake til i analysen. Andrejevic forklarer videre at det som kjennetegner «do-it-yourself investigators» er at de forsøker å samle informasjon om individet de etterforsker uten at individet finner ut av det.

Oppsummert peker Andrejevic på hvordan nye medie-teknologier ikke handler så mye om demokrati og tilgang til informasjon som forventet, men at det handler mer om hvordan individer kan gjøre sine egne versjoner av «markedsundersøkelser». Markedsundersøkelser kan i dette tilfellet være å finne mest mulig informasjon om en romantisk relasjon over nett, for å beskytte seg selv. De nye mediene tar overvåkingen ut av Pentagon og inn i vanlige hjem og kontor. Overvåkingen er ikke lenger bare spionasje og politivirksomhet, men har gått over i dating og det sosiale liv (Andrejevic, 2005).

2.3.4. Er «stalking» den sosiale overvåkingen?

Marwick bruker kvalitative data for å undersøke praksisen og effektene av at individer undersøker, eller overvåker hverandre, gjennom sosiale medier. Marwick fokuserer særlig på makt-perspektivet og deltakelse-perspektivet. Hun ser også på hva som motiverer folk til å ta del i denne sosiale overvåkingen, og hvilken effekt det kan ha på deltakerne (Marwick, 2012). Makt- og deltakelse-perspektivet skal sees mer på senere i oppgaven. Videre kan det være lurt å se på noen relevante begreper, først og fremst begrepet *stalking*.

For mange brukere av sosiale medier er stalking et kjent begrep. Marwick skriver om sosial overvåking, og har mye fokus på overvåkingsbegrepet, skjønt i en ny kontekst. Marwick beskriver sosial overvåking som det å finne ut hva venner og bekjente gjør til enhver tid, via

sosiale nettverkssider som Facebook og Twitter. Måten Marwick beskriver dette på vil nok samsvare med det mange brukere tenker på som å *stalke* noen i sosiale medier. Det å stalke noen i sosiale medier er for mange sosiale medier-brukere en viktig funksjon, og en praksis som er flettet inn i den daglige bruken av nettverkssidene. For mange brukere så er det slik at stalking *er* den sosiale overvåkingen som foregår i sosiale medier. Dette er en praksis som er kompleks med tanke på strategier for å stalke, i tillegg til at den er kompleks når det gjelder motivasjonen for å ha denne praksisen i utgangspunktet.

Når vi sier ordet stalking vil noen gjerne se for seg en mørkkledd skikkelse som følger etter en utvalgt person på gaten. Vi ser gjerne for oss noen som blir besatt av et annet individ, og som ikke klarer å la være å følge med på den «utvalgte». I disse historiene, som vi gjerne har referanser til via serier som *Stalker* (Williamson, 2014-2015) på CBS, eller andre krim-serier, tegnes det et bilde av en ustabil person som blir besatt av et individ, gjerne ofte en mann som er besatt av en kvinne.

Men må «stalkingen» skje fysisk for at det er alvorlig for de som rammes? Og hva med stalking-tilfeller hvor «gjerningspersonen» ikke har noen negative intensjoner, og den som blir stalket ikke er klar over det, er det så ille da?

Marwick har i sin forskning undersøkt det hun kaller «Facebook stalking». Generelt sett kan stalking via nettverkssiden Facebook noen ganger handle om å *bruke* Facebook, altså å se hva venner poster på «veggen» sin, bilder, statusoppdateringer og så videre (Marwick, 2012). Men Facebook kan også fungere som en arena for sosial overvåking. Da bruker en gjerne sosiale medie-sider for å systematisk innhente informasjon om andre. Det å stalke noen via Facebook kan gi brukere kunnskap, og potensielt makt, over andre med den informasjonen de samler inn. Det kan gi et stort overblikk over deres handlinger, og kanskje også over deres identitet, selv om denne informasjonen også kan være mangelfull eller feil (Marwick, 2012).

Ifølge Marwick (2012) kan stalking i sosiale medier gi brukere som overvåker andre individer en følelse av at de har en relasjon til den det gjelder, selv om de ikke nødvendigvis har direkte kontakt med hverandre. Marwick mener det er vanskelig å forklare denne typen overvåking, eller stalking, gjennom tradisjonelle overvåkings-modeller, men at det at brukere er så ivrig på å *se* andre individer, viser hvor integrert sosial overvåking er blitt i dagliglivet til mange.

2.3.5. Er sosiale medier designet for overvåking?

Lyon (2018) skriver at selv om den sosiale overvåking blir gjort av individer som brukere, så er det også viktig å se på hva som gjør denne overvåkingen mulig. Den sosiale overvåkingen blir da, ifølge Lyon, mulig å ta del i på grunn av den komplekse teknologien fra noen av de største selskapene i verden. Disse selskapene bruker algoritmer, maskin-intelligens, og annen teknologi, som gjør det mulig for individer å overvåke hverandre. Mulighetene til å drive overvåking kommer da *utenfra*, ikke fra selve brukerne, men fra store selskaper som har en egen agenda og business-modell. Så for å forstå og forske på sosial overvåking er det viktig å ha innsikter i hva som gjør denne overvåkingen mulig.

Sosiale medier er blitt en stor del av vår kultur, og det vil for mange, gjerne unge, være vanskelig å se for seg en hverdag uten å interagere med hverandre via Snapchat og Instagram, for eksempel. Sinan Aral fra MIT sier at «*sosiale medier er det sentrale nervesystemet til menneskeheten*» (Aral, 2020), når han skal forklare hvor stor del av livet vårt vi deler, og lever, på sosiale medier. Men hvorfor bruker vi de sosiale mediene så hyppig?

Sosiale medie-apper er ofte designet slik at brukere skal bli avhengige, og det ligger ofte mye arbeid bak en app som er relativt enkel i bruk (Orlowski, 2020). Plattformer som Facebook, Instagram og Snapchat er alle designet for at brukeren hele tiden skal få lyst på mer, og funksjonene er laget slik at du blir «belønnet» jo mer du deler og sender til venner.

Mange brukere uttrykker bekymring for innsamlingen av private opplysninger gjort av selskap som Google og Facebook, som selger informasjon videre til tredjeparter (Zuboff, 2019), mens Facebook-grunnlegger Mark Zuckerberg, og andre aktører, sier at det er for ditt eget beste, plattformen skal jo gjøres optimal for akkurat deg som bruker. Her blir den kommersielle delen ofte underkommunisert, selv om det har begynt å bli tydeligere for mange brukere hva som er intensjonen bak informasjonsinnsamlingen.

Sosiale medier har blitt en arena for flere typer overvåking, da det som samles inn av opplysninger om brukeren og hvem brukeren interagerer med, gjør at selskapene bak de sosiale mediene kan skape en profil av deg som bruker og som privatperson (Orlowski, 2020). Dette kan potensielt bli svært problematisk med tanke på at denne informasjonen teoretisk sett kan deles med hvilken som helst annen aktør, enten ved at informasjonen blir solgt videre, eller at den deles ulovlig eller at selskap blir hacket, noe som vi har sett flere

eksempler på de siste årene, for eksempel i sammenheng med Cambridge Analytica/Facebook-skandalen. Her ble millioner av Facebook-brukere sine data misbrukt i Donald Trumps valgkamp i USA (Confessore, 2018).

Nå er ikke målet her å finne en syndeboke for de negative sidene av overvåkingskulturen, og det er heller ikke det dette prosjektet handler om. Men det er viktig å se på fenomenet, om en vil kalle det for det, fra ulike sider, og forsøke å forstå hva som ligger bak skapelsen av plattformene som gjør sosial overvåking til en mulighet.

Vi har nå sett på hva fenomenet overvåking betyr i sammenheng med sosiale medier. Den digitale, sosiale arenaen er til dels skapt for at brukere kan overvåke hverandre. Ønsket om å følge med på andre individer, og ønsket om at andre individer skal følge med på deg, er stort, og til dels komplekst, her. Brukere overvåker hverandre, men hvorfor? Det som er sikkert er at individer i sosiale medier samler inn mye kunnskap om hverandre på denne måten. Videre skal vi se på hva kunnskap er i denne sammenhengen, og om det å ha slik kunnskap om andre kan gi brukerne noen fordeler, eller ulemper i sammenheng med det sosiale livet.

2.4. Kunnskap og makt

Kunnskap, i form av informasjon om andre individer, samles inn når en overvåker eller stalker hverandre i sosiale medier. Det kan være vanskelig å måle kunnskapen en har i ulike tilfeller her, og om informasjonen en samler inn gir *verdifull* kunnskap trenger ikke alltid være tilfelle. Men denne innsamlingen av informasjon vil i noen tilfeller føre til at enkeltpersoner sitter inne med kunnskap om andre individer som de ellers ikke ville hatt. Så kan en spørre seg hva denne kunnskapen er god for, og om denne eventuelle kunnskapen gir overvåkeren noen fordeler. Kan overvåkeren ha *makt* over andre individer om de har samlet inn kunnskap via sosiale medier?

2.4.1. Relasjoner som maktarenaer

Overvåking handler som oftest om makt. Når det gjelder den tradisjonelle formen for overvåking, er makten ujevnt fordelt, hvor den som blir overvåket av en stat, eller en annen autoritær aktør, trekker det korteste strået. Men når det kommer til sosial overvåking er det ikke alltid like tydelig hvor makten ligger ved første øyekast. En kan også stille spørsmålet

om det i det hele tatt er mulig å få makt i slike situasjoner, eller om det kun gjelder en *følelse* av makt, altså en *opplevd makt*?

I den sosiale overvåkingen, som de fleste av oss som er tilstede på sosiale medier er en del av i ulike grader, kan hverdagslige sosiale forskjeller bidra til at makt på mikro-nivå er i ulike balanser. Sosiale roller endres og blandes, og folk blir inkludert og ekskludert fra nettverk gjennom bevisst deling eller ikke-deling av informasjon (Lyon, 2018). Ifølge Lyon kan sosial overvåking virke relativt uskyldig helt til en innser hvilke makt-relasjoner som er tydelige innenfor overvåking på sosiale medier. Lyon mener at disse makt-relasjonene blir tydelige når aspekter som kjønn, etnisitet, eller krysningen av ulike svakheter blir tatt i betraktning.

Lyon skriver at *Facebook-stalking*, hvor brukere leter gjennom digitale spor, ofte blir gjort for å støtte under deres egen posisjon eller for å undergrave andre individer eller andre sin sosiale posisjon (Lyon, 2018). I en slik sammenheng kan man dra frem den *opplevde makten*, men ved spørsmål om individer faktisk har reell makt her vil nok svaret avhenge av hvordan de bruker informasjonen de samler inn om andre individer.

Marwick (2012) skriver at selv om det å dele innhold med andre individer gjennom sosiale medier ofte blir fremstilt som en slags ekshibisjonisme, så er det i realiteten ofte motivert av tillitt, intimitet og sårbarhet. Videre peker Marwick på at elektronisk kommunikasjon primært blir brukt til å forsterke eksisterende relasjoner, særlig når det gjelder unge. Sosiale medier blir da ofte brukt til å styrke både individuelle relasjoner, men også gjerne relasjoner innad i en gruppe. Her kan båndene mellom individene både styrkes og svekkes avhengig av hvordan sosiale medier blir brukt til å kommunisere, og til å overvåke. Men selv om delingen, og overvåkingen, til dels kan se ut til å handle om andre individer, så er det viktig å påpeke at dette i stor grad handler om *deg selv i et nettverk*. Selvet, i sammenheng med image og fremstilling, skal vi se mer på senere i kapittelet.

2.4.2. Makt-modell for sosial overvåking

Den hierarkiske makt-modellen, hvor en autoritet har makt over sine undersåtter, passer ikke like ofte i sammenheng med sosial overvåking (Marwick, 2012). Michel Foucault foreslo en alternativ modell, av makt på mikro-nivå, desentralisert og tilstede i alle menneskelige

relasjoner. Foucault kalte denne modellen for «Capillaries of Power», og her er makten alltid tilstedeværende og flytende i det dagligdagse livet til mennesker (Marwick, 2012).

I sosial overvåking kan de sosiale mediene sees på som en type «kapillærer» hvor makten flyter, ikke bare fra selve sidene og til brukerne, men fra bruker til bruker og på tvers av ulike nettverk (Marwick, 2012).

Social surveillance thus recognizes models of hierarchy that incorporate very real power differentials that exist beyond state/subject or corporation/consumer, based on social status, race, class, gender, social roles and so forth. While social surveillance exists between individuals, these individuals are not necessarily “equal” although they do not represent structural entities (Marwick, 2012, s. 384).

Her nevner Marwick noen aspekter som kan være årsaken til at maktfordelingen blir skjev når det kommer til overvåking av venner og bekjente. Selv om individer kan kalles likestilte sammenlignet med stat-borger perspektivet, så er de likevel ikke nødvendigvis likestilte i en sosial sammenheng.

2.4.3. Makt og kontroll som motivasjon

I enhver sosial relasjon er makt som oftest involvert på en eller annen måte, og derfor er hovedbekymringen med overvåking for mange individer *andre brukere* (Lyon, 2018). Det kan for eksempel være snakk om foreldre eller sjefer, hvor maktbalansen er tydelig skeiv, eller det kan være snakk om venner, hvor maktbalansen ikke nødvendigvis er lik, men det er kanskje ikke like tydelig hvor makten ligger. Her kan en snakke om en «kontekst kollaps». Linjene mellom jobb og hjem, skole og privatliv og venner og familie blir mer og mer uklare (Lyon, 2018).

Hva med makten da? Marwick (2012) skriver mye om *hierarki* i denne sammenheng. Hun mener at selve praksisen med sosial overvåking handler om søken etter makt, som for eksempel å kompensere for en svakhet individer selv føler de har i en relasjon. Som nevnt tidligere er makt svært vanskelig å måle i sosiale relasjoner, men vi tar da utgangspunkt i den *opplevde makten* eller *søken etter makt* i disse relasjonene.

Uavhengig av målet med overvåkingen, om det er å påvirke, beskytte eller kontrollere, så er det uansett makt-relasjoner involvert (Marwick, 2012). Men hvordan fungerer dette når begge parter i overvåkingen har tilgang til de samme verktøyene og kan følge med på hverandre? Jurgenson og Ritzer refererer til denne typen makt som «omniopcon», hvor «de mange ser de mange» (Marwick, 2012).

Oppsummert er det tydelig at relasjoner kan være arenaer for makt, og at makt og kontroll kan være en motivasjon for å overvåke andre individer. Makten innad i relasjoner eller grupper er tilstede, men kan være flytende, noe makt-modellen til Foucault forklarer. Men kan denne makten eller kontrollen andre individer kan få over deg gi negative følger? Er dette noe vi trenger å beskytte oss for? Videre skal vi se på rollen til personvern i sammenheng med sosial overvåking, og hvordan personvernet eventuelt beskytter individer i den sosio-tekniske arenaen.

2.5. Beskyttelse / personvern

Som nevnt innledningsvis er mange av den oppfatningen at unge ikke er særlig opptatt av å begrense delingen i sosiale medier, og det snakkes ofte om en delings-kultur, hvor begrep som «oversharing» viser til unge sine tendenser til å dele «alt med alle». Men hva er problemet med å dele mye av seg selv og sine venner på sosiale medier? Og hva med informasjonen som blir lagret i de sosiale appene vi bruker?

Her kommer *personvern* inn i bildet. Personvern er et svært komplekst begrep, og det er mye som bør tas stilling til når en diskuterer personvern, og eventuelt viktigheten av det i hverdagslivet til sosiale mennesker.

I dette delkapittelet skal vi se på hvordan *personvern* og *privacy* defineres, og jeg vil forklare hvilken oppfatning av personvern/privacy som er aktuell her. Jeg vil også presentere den nye personvernlovgivningen fra 2018. Videre skal vi se på reglene for personvern i sammenheng med deling av bilder på nett, og vi skal se på om personvern og privatliv er noe sosiale mennesker har behov for. Det vil bli gjort rede for deling av andres personlige data og innhold fra to vinkler; individene og de store aktørene. Begge disse aspektene ved innsamling av data er viktige i sammenheng med sosiale medier og personvern.

2.5.1. Begrepene «personvern» og «privacy»

Det internasjonale begrepet *privacy* blir ofte oversatt til det norske begrepet *personvern*, men de to begrepene er ikke helt identiske. Ruth Gavison definerer *privacy* som tilgangen andre har til deg gjennom informasjon, oppmerksomhet og fysisk nærhet (Nissenbaum, 2010, s. 70). Gavison inkluderer både fysisk nærhet, og oppmerksomhet rettet mot individer. Definisjonen fokuserer ikke bare på selve informasjonen noen har tilgang til via digitale medier, men inkluderer også informasjon man kan få tilgang til utenfor internett.

Charles Fried sin definisjon av *privacy* er også verdt å nevne, da den viser til kompleksiteten rundt begrepet, i sammenheng med *kontroll*. Fried skriver at «*privacy is not simply an absence of information about us in the minds of others, rather it is the control we have over information about ourselves*» (Nissenbaum, 2010, s. 71). Fried sin definisjon er viktig, da det ofte vil være nærmere umulig å ikke ha informasjon om seg selv ute i offentligheten, som da er tilgjengelig for andre. Da blir kontrollen av informasjonen, og gjerne oversikten over hvem som har tilgang til informasjonen, svært viktig.

Nissenbaum ser for seg en skala når det gjelder å beskrive hvem som har mye eller lite «*privacy*», basert på hvor mye informasjon om individer som er tilgjengelig eller ikke tilgjengelig, og hvor anonyme noen er fra andres ståsted. I hvilken grad de som overvåker opererer i ensomhet eller sammen med andre spiller også en rolle her, ifølge Nissenbaum (2010).

En av grunnene til at jeg vil definere begrepene *personvern* og *privacy* hver for seg, er at *privacy* i internasjonal kontekst ikke nødvendigvis er basert på de samme formelle reglene som det *personvern* er i norsk sammenheng. Likevel vil jeg videre i oppgaven bruke begrepet *privacy*, og tilnærminger til *privacy*, da flere studier og teorier jeg bruker tar utgangspunkt i dette begrepet.

2.5.2. Normativ oppfatning av *privacy*/personvern

Helen Nissenbaum (2010) beskriver i boken *Privacy in Context* to ulike *personvern*modeller. En nøytral, eller *deskriptiv*, oppfatning av «*privacy*», her forstått som *personvern*, går ut på å forklare hva *personvern* er uten å ta med i betraktningen om *personvern* er en god ting som er verdt å ha, og uten å legge til grunn at det er en rett mennesker har. Den *normative*

oppfatningen av personvern står i kontrast til den deskriptive, da den går ut fra at personvern er noe som er verdt å ha, og at personvern er noe som bør beskyttes og ivaretas (Nissenbaum, 2010).

I denne oppgaven velger jeg å ta utgangspunkt i en normativ oppfatning av personvern. Ifølge Emmeline Taylor har det liten hensikt å snakke om overvåking, og hvorfor overvåking kan være problematisk, om en ikke først har en forståelse for at personvern og privatliv har en viss verdi og er noe ethvert menneske ønsker innenfor sosiale kretser (Taylor, 2010).

Personvern har, ifølge Taylor, blitt sagt å være viktig for flere aspekter ved et menneske-liv, særlig når det for eksempel gjelder individers psykologiske helse og deres evne til å forme sosiale relasjoner. Men personvern er ikke nødvendigvis en moderne forestilling. Mennesker har hatt behov for privatliv og personvern lenge før oppfinnelsen av elektroniske overvåkingssystemer.

2.5.3. Westin: Personvernet og privatlivets funksjoner

Alan Westin sine privacy-teorier fra 1967, fra boken *Privacy and Freedom*, er relevante for å forstå personvern i dag. Westin identifiserte fire grunnleggende funksjoner av *privacy*, her forstått som personvern, som viser hvorfor det kan være verdifullt for mennesker å ha personvern.

Den første funksjonen er «personal autonomy», og refererer til det unike individet, og muligheten til å bli ledet av sin egen moral uten å bekymre seg for stigma eller diskriminering. Det fyller individets behov for å være «seg selv», uten å bli manipulert eller dominert av andre mennesker. Det kan forklares som retten til å ha sin egen personlighet (Taylor, 2010).

Det andre punktet til Westin kalles «emotional release», og henger sammen med hvilke sosiale roller et individ har. Her har individet ulike «masker» på. Personvernet, eller privatlivet, gir individene muligheten til å kaste masken og slappe av «back stage» (Taylor, 2010). Dette andre punktet sees på mer i detalj senere i oppgaven, med Erving Goffman sin teori om «front stage» og «back stage».

For det tredje, så mener Westin at personvern, eller privatliv, gir muligheter til «self evaluation», slik at individer kan prosessere informasjon og inntrykk som de blir eksponert for i dagliglivet. Dette vil være vanskelig å gjøre om en ikke får denne pausen fra å være eksponert for andre, ifølge Westin (Taylor, 2010).

Den fjerde funksjonen til personvern som Westin peker på er at det gir «limited and protected communication» slik at individer kan velge hvem de stoler på og da vil dele sine nære sider med (Taylor, 2010).

Hva er det som gjør at personvernet er viktig i dagens digitale samfunn? Westin mener at en privat sfære gir mulighet for psyken å restituere seg, og at det lar den moralske og emosjonelle kapitalen synke inn, noe som er nødvendig før den neste «turen» ut i offentligheten (Taylor, 2010). Dette kan lett settes i praksis ved å tenke at en er i sosiale lag en hel dag, og deretter vil mange individer ha behov for å hvile/koble av i sitt eget selskap. Men hvordan implementeres dette i en hverdag preget av sosiale medier, hvor de fleste av oss er pålogget og tilgjengelig i den sosiale arenaen mer eller mindre konstant? Får vi som individer da dette privatlivet som mennesker flest har behov for?

Senere i kapittelet skal vi se på når personvern er gjeldende i sammenheng med digital bildedeling på individnivå. Men først skal vi se på hvordan den nye personvernlovgivningen fra 2018 har forsøkt å skape nye retningslinjer for deling av persondata. Som nevnt tidligere med David Lyon (2018), er det også svært varierende hva ulike aktører legger i begrepet *personopplysninger*, noe som er del av bakgrunnen for den nye personvernlovgivningen.

2.5.4. Personvernlovgivning (GDPR)

Den nye personvernlovgivningen, som gjelder for hele EU/EØS, gjennomfører EUs personvernlovgivning (GDPR) i Norge og gjør personvernforordningen til norsk lov (Regjeringen, 2019). Hovedtrekkene i den nye loven er at den gjelder for et større geografisk område, noe som gjør at aktører som opererer over nett fra et land utenfor EU vil være omfattet av det nye regelverket. Videre understreker loven at personopplysninger kun skal behandles der det finnes et tydelig spesifisert formål. Denne delen av loven er noe av bakgrunnen for en omfattende undersøkelse Forbrukerrådet gjorde i 2020. Rapporten på undersøkelsen, *Out of Control: How consumers are exploited by the online advertising*

industry, avslører hvordan flere selskaper samler inn, og deler, store mengder informasjon via ulike apper (Forbrukerrådet, 2020).

På bakgrunn av funnene i undersøkelsen klagde Forbrukerrådet inn datingappen *Grindr* til Datatilsynet, for brudd på personvernlovgivningen. Datatilsynet har så varslet om et overtredelsesgebyr på 100 millioner til appen *Grindr*, for brudd på samtykkekravene i GDPR (Datatilsynet, 2021).

Undersøkelsen til Forbrukerrådet tok for seg populære datingapper som *Tinder*, *Happn*, *OkCupid*, og som nevnt, *Grindr*. Andre apper som ble undersøkt var *Perfect365*, *My Days*, *Clue*, *Muslim: Qibla Finder*, *My Talking Tom 2* og *Wave Keyboard*. Det Forbrukerrådet har avdekket her er blant annet hvordan apper deler informasjon med andre apper, om de er under samme eier for eksempel. Men om dataene blir delt videre skriver den første appen fra seg ansvaret om å ta hensyn til personvernlovgivningen, noe Forbrukerrådet mener de ikke har lov til. Den appen som først samler inn dataene har ansvar for at de behandles på en lovlig, og etisk, måte. Undersøkelsen viser også at selv om annonsering er nødvendig for at apper og andre tjenester skal være gratis, så er ikke brudd på reglene for personvern nødvendig for å tilrettelegge for digital annonsering (Forbrukerrådet, 2020).

Rapporten viser at vi som brukere ikke kan ta det for gitt at appene vi bruker er varsomme med våre sensitive opplysninger. Selv om vi som brukere godkjenner at noe informasjon om oss kan deles med tredjeparter i annonseindustrien, så viser rapporten at hvem informasjonen deles med, og omfanget av informasjonen som deles, og hva den blir brukt til, ikke alltid blir opplyst. Rapporten viser også at apper ikke alltid holder seg til personvernlovgivningen, for eksempel når det gjelder *Grindr*, som blant annet deler sensitive opplysninger, som brukeres seksuelle legning og HIV-status, med tredjeparter. Dette kan skape store følger for utsatte brukere av appen.

Forbrukerrådet mener at det som avdekkes i denne rapporten, og slike praksiser generelt, kan ha store konsekvenser, ikke bare på forbruker-nivå, men også for hele samfunnet.

Det finnes en rekke eksempler på hvordan denne typen informasjon brukes til å manipulere alt fra valg til å målrette spillreklame mot personer med avhengighet. Datalekkasje kan også

føre til svindel og tyveri, og kan for eksempel benyttes til forfølgelse, for eksempel i land der homofili er forbudt, sier Inger Lise Blyverket (Kaldestad, 2020).

Dataene som samles inn kan også brukes i helt andre sammenhenger enn til annonser og markedsføring. Innsamling av slik data, avhengig av hvem den deles med, kan skape store sosioøkonomiske forskjeller i samfunnet (Forbrukerrådet, 2020). Forbrukerrådet mener det må være mulig å vise reklame på nett uten at personopplysninger misbrukes.

Den nye personvernlovgivningen innbefatter nye rettigheter for borgere, hvor du blant annet får rett til å motsette deg profilering begått av offentlige myndigheter, og profilering for markedsføring. Profiler skal ikke lages på bakgrunn av sensitive opplysninger, ei heller uten den registrerte sitt samtykke (Datatilsynet, 2019). Bedrifter får også større ansvar for personvern enn de tidligere har hatt og det er mer krav til åpenhet rundt innsamling og bruk av personopplysninger. Loven innebærer også plikter til å samarbeide internasjonalt, og personvernombudet blir generelt mer sentralt enn tidligere. Offentlige virksomheter, virksomheter som behandler sensitive opplysninger i stor skala og virksomheter som systematisk overvåker europeiske borgere i stor skala får plikt til å opprette personvernombud (Datatilsynet, 2019).

De offisielle reglene, eller normene, for deling av sensitive opplysninger med tredjeparter er tydelige her. Men normene for deling på individ-nivå er ikke nødvendigvis like tydelige. Vi skal nå se på hvilke regler som er gjeldende når aktørene som deler informasjon er individer.

2.5.5. Deling av personopplysninger på individ-nivå

Reglene for offentliggjøring av private opplysninger og bilder gjelder ikke kun for tradisjonelle, redaktørstyrte medier. Reglene gjelder også for alminnelige brukere av sosiale medier, men dette er nok ikke like kjent for alle, ifølge Ellen Lexerød Hovlid (2016). I artikkelen *Krenkelser Ved Offentliggjøring av Private Opplysninger og Bilder på Sosiale Medier*, ser Hovlid på om en kan overføre de reglene som er utviklet for tradisjonelle medier, til alminnelige brukere av sosiale medier.

Ifølge Hovlid (2016) er det en økning i anmeldelser og søksmål når det gjelder offentliggjøring og ytringer av private opplysninger og bilder i sammenheng med vanlige brukere på sosiale medier. Men fra domstolene i Norge er det lite praksis her. Likevel mener Hovlid at omfanget

av overtredelser av reglene antas å være stort i sosiale medier, og at slike type overtredelser og anmeldelser kommer til å øke fremover. Hovlid mener derfor at å vie rettsvitenskapelig oppmerksomhet mot tema er viktig.

Så hvor går grensen for hva en alminnelig bruker kan ytre seg om i sosiale medier, når innholdet gjelder andre individer?

I Norge er ytringsfriheten forankret i Grunnlovens paragraf 100. Betegnelsen «Ytringsfrihet» dekker hele «ytringsfrihetsfeltet», det vil si meddelelsesfrihet, informasjonsfrihet, informasjonskrav, infrastrukturkrav og rett til taushet (Hovlid, 2016). Det første aspektet her, *meddelelsesfrihet*, er det som er relevant i sammenheng med individers ytringer, eller publiseringer, i sosiale medier. Selve betegnelsen «ytringsfrihet» er medienøytral, det vil si at Grunnlovsbestemmelsen gir vern for ytringer gjennom et hvilket som helst medium, inkludert sosiale medier (Hovlid, 2016).

Bestemmelsen om ytringsfrihet ble skrevet inn i Grunnloven i 1814, men det tok to hundre år før vi fikk en generell bestemmelse om vern av privatlivet i den norske statsforfatningen (Hovlid, 2016). Fra 2014 har Grunnlovens paragraf 102 hatt følgende ordlyd:

Enhver har rett til respekt for sitt privatliv og familieliv, sitt hjem og sin kommunikasjon. Husransakelse må ikke finne sted, unntatt i kriminelle tilfeller. Statens myndigheter skal sikre et vern om den personlige integritet (Hovlid, 2016, s. 144).

Uttrykket «den personlige integritet» betyr, ifølge Hovlid, «personvern i vid forstand». Eksempler på regler som omfattes av personvernet er blant annet reglene om vern av privatlivets fred og retten til eget bilde (Hovlid, 2016).

Som nevnt tror Hovlid at det er et stort omfang av overtredelser i sammenheng med å publisere bilder av andre individer i sosiale medier. Nå er det ikke nødvendigvis ofte en anmelder venner og bekjente for å poste bilder på sosiale medier uten samtykke, men det kan likevel føles svært ubehagelig, og det kan ha konsekvenser for begge parter i en slik situasjon. I analyse-delen skal vi se på hvordan informantene stiller seg til bildedeling av andre individer, i sammenheng med samtykke.

Som jeg var inne på tidligere er det umulig å ikke legge fra seg digitale fotavtrykk om man skal være en del av det moderne samfunnet. Derfor er det svært viktig, både for individer og samfunn, at vi prøver å ha en viss form for kontroll, selv om det til tider kan virke uoppnåelig. Det er lett å oppleve en form for *digital resignasjon*, (Moe, 2021) når man ser hvor mye personopplysninger som blir samlet inn og delt videre. En digital resignasjon er det man gjerne opplever når innsamlingen av data virker ugjennomtrengelig, og umulig å slippe unna. Her gir en gjerne opp forsøket på å ha kontroll over hvilke data som samles inn (Moe, 2021). Men om man bare lar det være, og ikke følger med på hva man godkjenner når man bruker ulike digitale tjenester, kan det ta samfunnet i en retning hvor store aktører, og teknologien, styrer med jernhånd uten hensyn til individers personvern og privatliv. Det kan da påstås at prinsippet om personvern er viktigere enn noen gang, og at selv om resignasjon er en enkel utvei, så er det avgjørende for et demokratisk samfunn å følge med på hva man godkjenner og deler.

Men hvordan er det med reglene og normene for personvern når det er snakk om deling blant individer? Er det like tydelige formelle normer for hvilken informasjon individer kan dele videre om andre individer? Og enda viktigere; følges disse normene i sosiale medier? Dette skal vi se mer på i analysen.

2.5.6. Hvorfor diskutere personvern i sosiale medier?

Emmeline Taylor skriver at individer, for eksempel brukere av sosiale medier, ikke lenger kan bli klassifisert som passive målskiver for invasjon, da dette ikke tar stilling til rollen brukerne selv spiller i sammenheng med å avsløre eller skjule informasjon om seg selv for et visst publikum. Men Taylor mener likevel at det er viktig å se og forstå behovet for kontroll og filtrering, når det gjelder *hvilken* informasjon som blir delt, *hvem* informasjonen blir delt med, og *når* den blir delt, for å kunne forstå de tidsaktuelle grensene for personvern (Taylor, 2010).

I dag deles det mer innhold enn noensinne, via flere plattformer, til flere brukere. Mengden informasjon som kan graves opp om ett enkelt individ vil være mye større i dag enn for noen år siden, og derfor er diskusjonen om personvern i sosiale medier enda viktigere enn tidligere.

Vi skal nå gå inn i den femte dimensjonen og se på hvordan brukere kan forholde seg til at de blir observert i sosiale medier. Fasade er et begrep mange assosierer med sosiale medier. Jeg vil nå presentere en teori som viser hvordan mennesker forholder seg til eksponering, og vi skal se på hvordan denne teorien er aktuell for å beskrive hvordan brukere skaper «image» i sosiale medier.

2.6. Image og fasade i sosiale medier

Alice Marwick viser til to begreper som er karakteristiske for sosial overvåking; «self-management» og «regi» (Lyon, 2018). Selvdisiplinering og redigering av inntrykk ligger i kjernen av sosial overvåking, og «overvåkings-blikket» er i denne sammenheng svært internalisert.

Om brukere av sosiale medier vet at de blir overvåket, siden de også overvåker de rundt seg, hva gjør de da for å ha kontroll over hvordan de blir representert? Er det mulig å kontrollere strømmen av informasjon som går over de ulike plattformene?

Det som *kan* kontrolleres her er hva hver enkelt bruker deler og poster om seg selv. Her kan innholdet konstrueres nøye og velges ut med omhu, alt etter hvordan hvert enkelt individ ønsker å fremstå for omverdenen.

2.6.1. Front stage / back stage

Erving Goffman introduserte konseptet om identitetskonstruksjon, med metaforer fra dramaturgi, i verket *The Presentation of Self in Everyday Life*, først utgitt i 1956. Goffman sitt konsept fokuserer på interpersonal interaksjon og på hvordan individer «opptrer» for å projisere et ønsket image, gjerne kalt inntrykk, av seg selv. Goffman bruker begreper fra teaterverdenen for å vise hvordan individer ter seg ulikt, avhengig av om de er på «front stage» eller «back stage» (Bullingham & Vasconcelos, 2013).

Goffman ser på individer som *skuespillere*. Når de er på *front stage* er individene klar over at de blir observert av et publikum, og vil da opptre for dem ved å være på en viss måte ut ifra de konvensjonene de ser på som gjeldende med dette publikummet. Om individene ikke lykkes her kan det, ifølge Goffman, føre til at de *mister ansikt* og ikke får vist det imaget de ønsker. Skuespillerens oppførsel vil være annerledes om de er bak scenen, eller *back stage* som

Goffman kaller det. Her vil det ikke være nødvendig å opptre på noen som helst måte, her kan de legge fra seg «masken».

Et av hovedpoengene til Goffman er at individer både har uttrykk de *gir*, og uttrykk de *viser*. Goffman mener at når individet gir et uttrykk, så gis det med hensikt, at individet ønsker å kommunisere. Men når individet *viser* et uttrykk, så er det gjerne uten hensikt, eller uten kontroll. (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Det uttrykket en ønsker å gi, og det uttrykket en viser, vil dermed ikke alltid stemme overens med hverandre, noe som igjen kan føre til at en *mister ansikt*.

2.6.2. Image i praksis

Hvordan kan teorien til Goffman brukes når vi studerer sosiale medier? Er individet én person på *front stage* i sosiale medier, og en annen person *back stage*, utenfor internett? Goffman mener at masken som blir brukt, og personen som gjemmer seg bak, er fasetter av samme individ. Det vil si at en ikke trenger å se på individet på front stage som en annen person enn på back stage, men som to ulike sider av denne personen, som sammen gjør opp et helt individ. Men hvordan velges det ut hva som skal vises på front stage, og hva som kun holder til på back stage?

Sosiale medier gir individer muligheter til å vise andre sider av seg selv enn de får vist utenfor internett, men det gir også muligheter for å skape et helt nytt image, som til en viss grad kan kontrolleres. Verden utenfor sosiale medier refereres ofte til som «den virkelige verden». Betyr det da at sosiale medier ikke er den virkelige verden, og at det imaget individer viser der, og den personen de gir inntrykk for å være der, ikke er ekte, eller ikke samsvarer med den individet er i det virkelige livet?

Liam Bullingham og Ana Vasconcelos (2013) mener at begrepet «real world» burde bli erstattet av begrepet «non virtual world». Virtuelle identiteter, som er skapt og opprettholdt av brukere med «ekte» identiteter, kan oppleves like levende og reelle for brukerne som individer eller identiteter som holder til utenfor internett.

Et individ som er aktivt i settinger hvor det kan føles nødvendig å bruke «masken», vil ofte kunne få en slags *blandet identitet*, sett ut ifra Goffman sin teori. Her kan en tenke at *selvet* er

en maske som en velger å bruke i en gitt situasjon, og den kan brukes i sosiale medier. Men masken kan også brukes i settinger med fysisk interaksjon, hvor det føles nødvendig å vise et visst «ansikt» (Bullingham & Vasconcelos, 2013).

Stemmer teorien om «masken» overens med hvordan unge voksne opptrer i sosiale medier? Goffman nevner også den *underbevisste opptreden* (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Er skapelsen av et image, og den opptreden som tar sted i sosiale medier, underbevisst? Eller er de fleste brukere klar over at de er på en slags scene og opptrer for et publikum?

Brukere av sosiale medier vil nok ofte skjule visse deler av personligheten sin, noe som kan trekkes opp mot Goffman sin teori om «impression management», hvor skuespilleren prøver å kontrollere de aspektene av seg selv som publikummet mottar og oppfatter.

Goffman sin teori om front stage og back stage er relevant i sammenheng med hvordan unge voksne bruker sosiale medier i dag. Deler av dataene i dette prosjektet analyseres i lys av Goffman sin teori. I analysen går oppgaven mer i dybden på det å presentere seg selv i sosiale medier gjennom å vise et visst *image*. Her brukes teorien for å undersøke hvordan det å kun vise én «maske» eller ett «ansikt» i sosiale medier muligens blir brukt som en strategi for å beskytte seg mot overvåking *bak scenen*. Kan det tenkes at brukere gir folk rundt seg et innblikk i eget liv, da via *front stage*, for å unngå for mye innblanding i livet *back stage*?

2.6.3. Image som beskyttelse

En hypotese her er at brukere av sosiale medier legger ut innhold som er nøye planlagt, med ønske om å fremstå på en viss måte, og da vise et bestemt *image* av seg selv, for å unngå for mye overvåking ellers i hverdagen. Mer spesifisert, at brukere skjuler seg på *front stage*, for å kunne være den ufiltrerte versjonen av seg selv *back stage*. I et slikt scenario kan det tenkes at brukerne gir litt av seg selv til «publikum», slik at de til gjengjeld skal kunne være i fred ellers. Om brukere av sosiale medier faktisk tenker slik, skal vi se nærmere på i analyse-delen.

Om informantene føler at de selv kan kontrollere hva andre individer kan finne ut når de *stalker* dem kan være et viktig aspekt her. Når man selv overvåker andre, og ser hvor mye stalking som skjer blant venner og andre kjente, er det for mange naturlig å respondere med å

ha strammere kontroll på hva som blir lagt ut på sosiale medier om en selv. Nå er det ikke nødvendigvis slik at alle er like opptatt av hvilket image de viser i sosiale medier. Men om individer ønsker å vise at de *ikke* er opptatt av hva som legges ut så kan det også tolkes som et image. Slik sett kan en tenke at alle som bruker sosiale medier viser et image av seg selv, uavhengig av hvor bevisst de er på produksjon og kontroll over eget innhold.

I dette kapitlet har jeg presentert de fem dimensjonene som er rammen for prosjektet, og vist hvilke teorier og tidligere forskning dimensjonene er basert på. Videre skal jeg presentere hvilken metode jeg har brukt for å samle inn data til prosjektet, og hvordan datamaterialet ble analysert med utgangspunkt i de fem dimensjonene og teoriene som utgjør disse.

3. Metode

Formålet med denne studien er å kaste lys på unge voksne sine overvåkingsvaner i sosiale medier. For å kunne gjøre dette var det viktig å velge riktig tilnærming for å samle inn den type data jeg hadde behov for. I dette kapitlet skal jeg gå gjennom hele prosessen av datainnsamlingen til prosjektet. Vi skal se på hvilken metode jeg har brukt for å samle inn data, hvordan dataene ble samlet inn, og hvordan dataene ble håndtert og analysert. Det skal også sees på hvilke etiske hensyn som må tas i sammenheng med innsamling og analysering av data til forskning.

3.1. Forskningsdesign

I dette prosjektet ble det tidlig klart at det ville være mest hensiktsmessig å snakke direkte med unge brukere av sosiale medier. Jeg valgte derfor å bruke kvalitativ metode i datainnsamlingen, i form av kvalitative intervjuer med én og én informant. Jeg har undersøkt sosiale dynamikker i sammenheng med overvåking i sosiale medier. De spørsmålene prosjektet tar utgangspunkt i er spørsmål som best kunne bli besvart i samtale med de som befinner seg i det sosiale feltet jeg ville undersøke.

Når vi bruker kvalitative metoder, er hensikten ofte ikke bare å fastslå i hvilken grad en problemstilling og et funn er representativt og generaliserbart. Hensikten kan også være å oppnå forståelse av dynamikkene som finnes i konteksten som studeres (Østbye et al., 2013, s. 124).

Sitatet over forklarer *intensjonen* med å intervju unge voksne om temaet. Grunnen til at valgte å intervju nettopp *unge voksne* er fordi jeg oppfatter at det ofte er fokus på barn og tenåringer i sammenheng med å studere sosiale medier. Jeg mener det også er viktig å undersøke hvordan unge voksne tilnærmer seg tema overvåking i sosiale medier, da unge voksne er i en spesiell fase i livet, hvor det sosiale feltet er svært viktig for mange. I dette prosjektet handler det lite om å generalisere funn, men heller om å skaffe forståelse for tema og kaste lys på dynamikkene som finnes i den sosio-tekniske konteksten som studeres i prosjektet.

Som nevnt i kapittel 1 tar prosjektet utgangspunkt i fem dimensjoner som er teoretisk basert, og som ble utledet i forrige kapittel. Disse dimensjonene er selve rammen for

forskningsdesignet, og har lagt føringer for hvordan jeg har valgt å samle inn data til prosjektet. Dimensjonene, med sine fem hovedtema; *overvåkingsstrategier, kunnskap, beskyttelse, image og personvern*, ble grunnlaget for samtalene med informantene som deltok i prosjektet.

3.2. Kvalitative intervjuer

Kvalitative intervjuer, gjerne kalt *samtaleintervjuer*, har som hensikt å hente informasjon eller å bli informert av intervjuobjektet. Når en utfører kvalitative intervjuer er det vanlig å bruke begrepet *informant* om dem man intervjuer, noe som kan sees på som en erkjennelse av at forskeren skal bli informert om *innsikter, vurderinger og refleksjoner* av den som intervjues (Østbye et al., 2013, s. 103). Det var nettopp dette jeg ønsket å oppnå ved å intervju unge voksne om deres forhold til overvåking og stalking i sosiale medier, og jeg kan i etterkant se at intervjuene ga de innsiktene jeg ønsket.

Å bruke kvalitative intervjuer som forskningsmetode krever mye arbeid. Det bør gjøres nøye forarbeid, intervjuene skal gjennomføres, og det krever etterbehandling. Gode forberedelser til intervjuene er viktig, både med tanke på kontekst og bakgrunn, men også arbeidet med intervjuguide og hvilke spørsmål som skal stilles. Om forskeren har forberedt seg godt til intervjuene, så legger det et godt grunnlag for å kunne stille oppfølgingsspørsmål, noe som igjen kan åpne for nye og uventede perspektiver (Østbye et al., 2013).

Noe av det som gjør at intervjubasert kunnskap skiller seg ut fra kunnskap fått fra andre metoder er at kunnskapen ikke bare blir funnet, men den blir *produsert*. Ifølge Kvale og Brinkmann (2015, s. 76-77) er «*forskningsintervjuet en byggeplass for kunnskap*», og det er samspillet mellom intervjuer og intervjuperson at kunnskapen blir konstruert. Kunnskapen blir da nettopp *sosialt* produsert, i dialog.

3.2.1. Kritikk mot kvalitative forskningsintervju som metode

Kvalitative intervjuer som metode har hatt en tendens til å få noen standardiserte innvendinger mot deres kvalitet, fra den moderne samfunnsvitenskapens side (Kvale & Brinkmann, 2015). Én innvending kan være at det kvalitative forskningsintervjuet ikke er vitenskapelig nok. Andre innvendinger er at kvalitative intervjuer er subjektive, at de ikke tester hypoteser og at de er for personavhengige til å være vitenskapelige. At resultater blir

for ensidige, og skyldes ledende spørsmål, i tillegg til at selve tolkningen og analysen er subjektiv, er også «populære» innvendinger. Dette henger sammen med den mest klassiske innvendingen, nemlig at resultatene ikke kan generaliseres fordi utvalget ikke er representativt, og fordi det er for få intervjupersoner (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 198-200). Men dette er ikke et problem her, da denne studien ikke har som mål å generalisere.

Kvale og Brinkmann mener på sin side at intervjuets styrke er «*dets privilegerte tilgang til objektets dagligverden*» (2015, s. 200) og at et bevisst bruk av et subjektivt perspektiv ikke samsvarer med en negativ ensidighet. Intervjupersonenes (og intervjuerens) personlige perspektiver kan gi en unik forståelse for den daglige livsverdenen. Kvale og Brinkmann peker på forskeren som en ressurs her. Forskeren kan være et redskap for utforskning av menneskelige betydninger. Et forskningsintervju kan med sine eksplorative muligheter åpne for kvalitative beskrivelser av nye fenomener. Derfor passer kvalitative intervjuer som hånd i hanske for det jeg ville undersøke i mitt prosjekt.

3.2.2. Semistrukturerte intervjuer

Det er vanlig å skille mellom tre ulike typer intervjuer innenfor kvalitativ metode, *ustrukturerte* intervjuer, *semistrukturerte* intervjuer og *strukturerte* intervjuer. Det som vil definere de ulike typene intervjuer er i hvilken grad innhold og rekkefølge er forhåndsdefinert i spørsmålene (Østbye et al., 2013, s. 104).

I mitt prosjekt har jeg utført *semistrukturerte* intervjuer, som da kjennetegnes av at temaene som ble tatt opp var definert på forhånd. I forkant av intervjuene var det utarbeidet en intervjuguide, men den ble ikke fulgt slavisk. Denne typen intervju ga meg frihet til å stille oppfølgingsspørsmål når det dukket opp noe interessant i samtale med informantene.

Det å ha en intervjuguide, men å likevel ha semistrukturerte intervjuer, viste seg å være en god løsning i dette tilfellet. Det å ikke trenge å holde seg blindt til intervjuguiden, og kunne skrote noen spørsmål underveis i samtalen, og det å kunne legge til spørsmål om det dukket opp noe interessant, ga intervjuene en fin flyt. Det at intervjuene ikke ble for «stramme» tror jeg også var en fordel, i og med at informantene da kanskje følte seg mer komfortable til å fortelle meg mest mulig, og ikke følte de var i «avhør» av en forsker som skulle skolere de i personvern og nettvaner.

3.3. Planlegging av studien og informantutvalg

Jeg kom etterhvert frem til at det ville være nok å ha åtte informanter, nærmere bestemt fire kvinner og fire menn. Åtte informanter, hvor de fleste av dem er studenter, er slett ikke representativt nok til å si noe om alle unge voksne sine vaner. Men siden hensikten ikke var å generalisere noe om aldersgruppen ut ifra dataene som ble samlet inn, ble det naturlig å ikke ha for mange informanter, og heller gå ordentlig i dybden med de jeg intervjuet. Dette ga meg mulighet til å gjøre omfattende intervjuer, hvor jeg hadde god tid med hver informant, og kunne «grave» og stille oppfølgingsspørsmål når muligheten bydde seg.

Kvale og Brinkmann (2015) skriver at antallet intervjupersoner avhenger av formålet med undersøkelsen.

I postmoderne oppfatninger av samfunnsvitenskapene er målet om den universelle generalisering erstattet av muligheten for å overføre kunnskap fra én situasjon til en annen, med fokus på samfunnsvitenskapens kontekstualitet og heterogenitet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 200).

Antallet informanter i denne studien passer da overens med formålet med undersøkelsen.

3.3.1. Rekruttering av informanter

Prosessen med å rekruttere informanter ble noe komplisert på grunn av korona-pandemien. Når en ikke har samme mulighet til å ha fysisk kontakt med mange andre studenter og unge som en ellers ville hatt, ble rekrutteringen ekstra utfordrende.

Det at intervjuene helst skulle gjøres digitalt var også en faktor som gjorde rekrutteringen utfordrende, da ikke alle er like komfortable med å bli intervjuet på denne måten. Jeg tror også at det er høyere terskel for mange å bli med i en kvalitativ studie under korona-pandemien, da det er mange unge som har nok med egne studier eller arbeid, og kanskje ikke er like åpne for å delta på slike ting enn ellers. Om universitetet og andre studiesteder ikke hadde vært nedstengt, tror jeg rekrutteringen ville vært noe enklere. Men tross utfordringene så fikk jeg intervjuet det antallet informanter jeg hadde planlagt.

Siden aldersgruppen jeg ønsket informanter fra er på samme alder som meg selv, ble det mulig å bruke mitt eget nettverk til å skaffe informanter som er venner av venner, eller bekjente av venner. Hadde det ikke vært for korona-pandemien og de gjeldende

restriksjonene ville utvalget av informanter muligens sett annerledes ut, men jeg er likevel fornøyd med det utvalget jeg endte opp med.

3.3.2. Informantene

Som nevnt intervjuet jeg åtte informanter til dette prosjektet, fire kvinner og fire menn. Informantene er mellom 21-27 år, og de har enten påbegynt, eller fullført, høyere utdanning.

Informant	Alder	Sosiale medier i regelmessig bruk
«Helene»	26	Instagram, Snapchat, Facebook, Messenger, Jodel
«Even»	21	Instagram, Facebook, Snapchat
«Henrik»	27	Instagram, Snapchat, Facebook, Messenger
«Karen»	26	Snapchat, Instagram, Facebook, TikTok, VSCO
«Preben»	24	Facebook
«Rolf»	22	Instagram, Snapchat, Facebook, TikTok, YouTube, Reddit
«Anna»	27	Snapchat, Instagram, Facebook, Messenger
«Jenny»	24	Snapchat, Instagram, Facebook, VSCO

I forkant av intervjuene registrerte jeg prosjektet mitt hos Norsk Senter for Forskningsdata (NSD). Alle informantene fikk et felles informasjonsskriv, og signerte et samtykkeskjema for behandling av personopplysninger. Videre skal vi se på hvordan intervjuguiden ble utarbeidet.

3.4. Intervjuguiden

En intervjuguide er et manuskript som strukturerer intervjuforløpet. Guiden kan være en oversikt over tema som skal tas opp, eller det kan være en detaljert rekkefølge av formulerte spørsmål (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 162). Hvor strengt en slik guide skal følges, og hvor bindende den skal være for intervjueren, vil variere fra undersøkelse til undersøkelse. I mitt tilfelle ble det laget en intervjuguide, med konkrete spørsmål, som til en viss grad ble fulgt.

Intervjuguiden bør samsvare med problemstillingen, men ikke være identisk, ifølge Gentikow (2005). Det går fra en abstrakt og overordnet problemformulering, til mer konkrete forskningsspørsmål i form av temaer. Om intervjuguiden er stramt strukturert eller ikke så kreves det uansett at en stiller konkrete spørsmål til informantene. Og selv om en undersøker abstrakte begrep, så må en som forsker formulere spørsmålene slik at de dekker det du skal undersøke på best mulig måte (Gentikow, 2005).

For å være trygg på at jeg hadde formet en brukbar intervjuguide, med spørsmål som ga svar på det jeg ville undersøke, så utførte jeg et pilotintervju. Her ble det tydelig at noen av spørsmålene ble for like, eller at noen spørsmål ble for enkle, uten rom for utdyping. Det ble også tydelig hvilke deler av intervjuguiden som ga mest dybde, og i hvilke deler det oftest ble stilt oppfølgingsspørsmål. Det kom også frem interessante aspekter her som etter pilotintervjuet ble tildelt større plass i intervjuguiden.

Det å forme en intervjuguide blir gjerne tenkt på som den enkle delen av en undersøkelse. Bradburn (et al., 2004), mener det ofte blir lagt for lite innsats i utformingen av intervjuguiden. De mener at selv om det ikke nødvendigvis finnes en fasit på hvordan en skal stille spørsmål til informanter, så er det likevel en del regler, eller prinsipper, som bør følges. Hvordan spørsmålene er bygget opp, hvilke ord en bruker, og i hvilken sosial kontekst en stiller spørsmålene vil ifølge Bradburn (et al., 2004) kunne utgjøre store forskjeller for forskningen. Dimensjonene i prosjektet ble grunnlaget for spørsmålene jeg stilte informantene, og spørsmålene speiler problemstillingen. Intervjuguiden var delt i fem deler, basert på de fem dimensjonene som prosjektet tar utgangspunkt i.

3.5. Gjennomføring av intervjuer

Endringene som ble gjort i intervjuguiden etter pilotintervjuet gjorde at designet og spørsmålene ble mer tydelige, og det fikk meg til å se hvilke spørsmål som var selve kjernen i prosjektet. Noen spørsmål handlet litt om det samme, og noen aspekter ble med hensikt tatt opp igjen senere i intervjuet. Dette skulle gi informantene muligheten til å tenke litt mer på sine erfaringer, slik at de eventuelt kunne dele mer om dette etterhvert som samtalen utviklet seg og informantene ble mer komfortable.

Intervjuene varte fra 45 minutter til én time, og det ble gjort opptak av samtalen. Alle informantene fikk et infoskriv om prosjektet på forhånd, og signerte et samtykke-skjema.

Intervjuene ble gjort i perioden januar-mars i 2021. I dette tidsrommet hadde vi levd med Covid-19 restriksjoner i omtrent et år, og samfunnet var sterkt preget av dette. Intervjuene ble, som alt annet, påvirket av korona-pandemien og de gjeldende restriksjonene.

Fem av åtte intervjuer ble gjort over den digitale tjenesten *Teams*. I utgangspunktet ønsket jeg å intervju informantene fysisk, og ikke digitalt, men på grunn av korona-restriksjoner ble det ikke mulig å møte alle informantene fysisk. Intervjusituasjonen ble da annerledes med de informantene som ble intervjuet over Teams, men jeg opplevde ikke at de intervjuene ga meg mindre verdifull data enn de fysiske intervjuene. Dette var en bekymring jeg hadde på forhånd, men den viste seg altså å ikke stemme i dette tilfellet. Det kan tenkes at informantene, både på grunn av aldersgruppen, men også på grunn av digitale erfaringer i korona-perioden, er komfortable med å snakke over digitale video-tjenester. Men det skal nevnes at det var én informant som ønsket å møtes fysisk, og ikke på Teams, da denne informanten ikke var komfortabel med å bli intervjuet digitalt. De to andre fysiske intervjuene ble gjort på campus ved Universitetet i Bergen, da informantene var studenter her og det ble naturlig å møtes fysisk når det var en mulighet.

Det ble tatt opptak av alle intervjuene. Jeg transkriberte intervjuene i etterkant, for å ha mest mulig oversikt over materialet jeg samlet inn. Dette gjorde det lett å se på likheter og ulikheter blant svarene til informantene. Det å ha transkriberte intervjuer gjorde at jeg enkelt kunne dele inn svarene i de fem dimensjonene, overvåkingsstrategier, kunnskap, beskyttelse, image og personvern. Det viste også hvilke deler av materialet som eventuelt ikke passet inn i dimensjonene. Når jeg transkriberte noterte jeg meg når informantene lo eller nølte, for å skape et mer helhetlig bilde av svarene de ga meg. Det å analysere intervjuobjektet utover det de forteller muntlig skal vi se mer på senere i dette kapittelet, i sammenheng med etikk. Under transkriberingen av intervjuene valgte jeg å skrive ut lange setninger på store deler av svarene til informantene. Derfor er det en del lange setninger i sitatene i analysen. Dette valgte jeg å gjøre fordi jeg mener det viser til flyten i samtalen, og at det informantene sier blir fremstilt mest mulig korrekt på denne måten. Informantene pratet mye om gangen, ofte uten pauser, og lange setninger viser da til «strømmen» av informasjon de delte i intervjuet.

3.5.1. Å intervju digitalt

Som nevnt er jeg av den oppfatning at intervjuene som ble gjort fysisk, og de som ble gjort digitalt, er av samme kvalitet og gir like gode innsikter. Men det vil naturligvis være vanskelig å vite om informantene som ble intervjuet over Teams ville gitt andre svar om de hadde blitt intervjuet fysisk, eller om intervjuet ville vært noenlunde identisk.

Generelle utfordringer, eller forskjeller, med å intervju informanter digitalt er at flyten i samtalen kan kjennes annerledes enn om en prater fysisk, og det kan noen ganger være vanskelig å oppfatte om informantene er ferdig med å svare på et spørsmål, for eksempel. Her kan det bli fare for at informanten blir avbrutt av den som stiller spørsmål. Dette var noe jeg la merke til fort, noe som gjorde det lettere å være obs på det mens jeg intervjuet.

En annen potensiell utfordring med å ha intervju over Teams er at informantene kanskje tenker mer på at det blir tatt opptak av samtalen, og at det da ikke oppleves som en «vanlig» samtale fra deres side. Dette kan potensielt føre til at informantene deler mindre personlige opplevelser, eller ikke deler informasjon som setter dem i et dårlig lys. Men igjen, jeg er av den oppfatning at mine informanter følte seg komfortable nok til å dele det de hadde av erfaringer med tema.

3.6. Etiske perspektiver

Ifølge Kvale og Brinkmann (2015) preger etiske problemstillinger hele forløpet i en intervjuundersøkelse, og dette er noe som bør tas hensyn til helt fra begynnelsen av undersøkelsen. Kvale og Brinkmann viser til syv forskningsstadier hvor etiske problemstillinger kan dukke opp. De syv stadiene er tematisering, planlegging, intervjusituasjon, transkribering, analysering, verifisering og rapportering (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 97).

I det første stadiet, *tematisering*, peker Kvale & Brinkmann på at det ikke bare er den vitenskapelige verdien av kunnskapen som skal tas hensyn til, men det bør også tenkes på forbedring av den menneskelige situasjonen som utforskes. En kan da spørre seg om forskning på temaet unge voksne og «stalking» i sosiale medier kan endre dagens situasjon på

en positiv måte. Dette er vanskelig å måle, men en kan snu det og påstå at forskningen ikke gjør den menneskelige situasjonen verre, i det minste.

Når det gjelder *planlegging*, som er det neste stadiet, handler de etiske aspektene om samtykke fra intervjupersoner, å sikre konfidensialitet og vurdere hvilke mulige konsekvenser studien kan ha for intervjupersonene. De etiske utfordringene for *intervjusituasjonen* går på mye det samme som i planleggingsstadiet. Her må forskeren være tydelig når det gjelder konfidensialitet, og vurdere hvordan intervjuet, og hvordan noen spørsmål, kan gi intervjupersonen negative følelser, for eksempel stressopplevelser eller endret selvbilde. I dette tilfellet var ikke de etiske utfordringene med planleggingen nødvendigvis like mye tilstede som i intervjusituasjonen. Å vurdere mulige konsekvenser studien kan ha på intervjupersonene er vanskelig. Alle informantene virket motiverte og engasjerte for å bli med i studien, da dette var et tema de brydde seg om, og de ville gjerne dele sine erfaringer. Det kan selvsagt tenkes at informantene ble påvirket av å delta i studien i etterkant, i den forstand at de kan komme til å tenke mer over sine egne praksiser i sosiale medier. Når det gjelder selve intervjusituasjonen merkes det at det er en fin linje mellom hvilke spørsmål som er moro å svare på, og hvilke spørsmål som kan treffe et sår punkt hos informantene. Som intervjuer ble det her viktig å vite når intervjuguiden skulle følges, og når spørsmål eventuelt burde omformuleres eller sløyfes for å ta hensyn til intervjupersonen.

I det neste stadiet, *transkriberingen*, mener Kvale og Brinkmann at konfidensialitetshensynet igjen må vurderes, i tillegg til hva det vil si å foreta en lojal skriftlig transkripsjon av de muntlige uttalelsene. I arbeidet med transkriberingen ble alt som var sagt, i tillegg til pauser, nøling, og latter, tatt med. Dette ble gjort for at de transkriberte intervjuene, og sitat som skulle brukes, skulle gi en mest mulig fullstendig og korrekt representasjon av hva, og hvordan, informantene faktisk svarte.

I *analyseringen*, som er det neste stadiet, kan de etiske problemstillingene handle om hvor dypt og kritisk intervjuene bør analyseres. Her kan det også være en utfordring å vite hvor dypt man skal gå med tanke på kroppsspråk man husker fra intervjuet, som kan vise til noe annet enn det informanten faktisk svarte muntlig. Dette henger sammen med hvor langt man skal presse intervjupersoner om man som intervjuer merker at de er ukomfortable. Kvale og Brinkmann nevner, i sammenheng med analyseringen, utfordringen med om man skal la intervjupersonene være med på å bestemme hvordan uttalelsene deres skal tolkes. I dette

prosjektet fikk ikke intervjupersonene mulighet til å være med på å bestemme dette, men informantene er klar over at de når som helst kan trekke seg fra intervjuet, og de har rett på å se det transkriberte intervjuet, på bakgrunn av informert samtykke.

Verifisering og rapportering er de to siste stadiene Kvale og Brinkmann tar for seg. Her peker de på forskerens etiske ansvar med å rapportere kunnskap som er så sikker og verifisert som mulig, og hvilke konsekvenser den offentliggjorte rapporten har for intervjupersonene og for gruppen eller institusjonen de representerer. Når det gjelder verifisering så blir kunnskapen rapportert som en observasjon av et fenomen, og ikke som en generalisering av hvordan unge voksne bruker sosiale medier. Med hver informant ble det forsøkt stilt mest mulig oppfølgingsspørsmål for å være sikker på at det de fortalte ble forstått av intervjuer, og rapportert som én informants tanker eller meninger. Rapporteringen, eller offentliggjøringen, av prosjektet vil i dette tilfellet ha svært lite å si for informantene som enkeltpersoner, da de er anonymiserte, og det de forteller om ikke kan knyttes til deres person, utover at de selv kan kjenne igjen sine egne sitater.

3.6.1. Etisk analyse – hvor mye skal man analysere informanten utover det de forteller?

Kvale og Brinkmann (2015) stiller spørsmål ved hvor dypt forskeren skal analysere intervjuobjektet utover det de forteller muntlig. I analyseringen av datamaterialet dukket det opp en etisk problemstilling i sammenheng med dette.

Informantene mine *ler* ofte når de prater. Dette gjelder flere informanter, men noen mer enn andre. Informantene *ler* gjerne når de forteller om noe som kanskje egentlig er litt sårbart for dem, og da blir det et etisk spørsmål hvor mye jeg som forsker skal analysere dette. Etter litt frem og tilbake kom jeg frem til at denne latteren er viktig å ha med, for å kunne få et mest helhetlig bilde av situasjonen. Om jeg ikke skulle påpekt i sitatene når informantene *ler* vil analysen mangle viktige aspekter. Den sosiotekniske situasjonen informantene befinner seg i, og å undersøke deres praksiser og strategier her, er hele poenget med prosjektet. Jeg mener at latteren til informantene kan fortelle en hel del om hvordan de forholder seg til sosiale medier og overvåking. Derfor var det viktig, fra et forskningsperspektiv, å ha det med i analysen.

Nå har vi sett på forskningsdesignet, hvorfor valget falt på kvalitativ metode, og hvordan intervjuene ble utført. Videre skal jeg ta for meg analysen av materialet jeg fikk fra intervjuene. Som nevnt innledningsvis har jeg analysert materialet ut ifra dimensjoner som er teoretisk basert. De neste fem kapitlene er delt inn etter disse dimensjonene. Videre vil det komme et ekstra kapittel som er del av analysen, men som ikke tar utgangspunkt i dimensjonene. Dette kapitlet ser på ulikheter basert på kjønn. Her kommer det frem relevante funn som viser til en større helhet når det kommer til hvordan unge voksne forholder seg til overvåking. Men først skal vi se på hvilke strategier informantene har for å overvåke andre individer i sosiale medier.

4. Strategier for å overvåke andre individer i sosiale medier

Her analyserer jeg den første analytiske dimensjonen; hvilke *strategier* har informantene for å overvåke andre i sosiale medier. Informantene ble stilt flere spørsmål om hvordan de overvåket, eller stalket, andre individer i sosiale medier, blant annet for å se om det var et mønster her, og om det var noen strategier og praksiser som var felles for flere informanter.

Alle informantene, både de kvinnelige og mannlige, driver jevnlig med stalking, eller overvåking, av venner og kjente, med ulik aktivitets-grad. Det er tendenser til ulikheter mellom kjønnene her, og det er også en del ulikheter på hvor langt informantene er villig til å gå for å få informasjon om andre individer i sosiale medier.

En av informantene, Henrik, forteller meg at han liker å være oppdatert på hva venner og kjente holder på med, og han er mest opptatt av å følge med på sine nærmeste. Men det hender at han ønsker å finne ut noe om noen han ikke kjenner så godt og da blir det «*full stalking mode* [ler]». Da bruker Henrik;

gjærne søkemotor, eller det e, sånn klikke innpå, hvis du kjenner en som kjenner en så går du jo gjærne den veien, ser på taggedede bilder og sånn, noen ganger e det jo noen intense stalke øyeblikk [ler].

Henrik sier at han ikke stalker folk så ofte lenger, men at når det først skjer så kan han bli sittende en stund. Men «*om informasjonen ikke er tilgjengelig så er den ikke tilgjengelig, det er ikke sånn at eg går veldig langt for å finne ut av ting*». Henrik mener selv han har ganske bra ferdigheter når det gjelder å finne informasjon om andre individer i sosiale medier, men som han sier så går han ikke veldig langt for å finne ut av ting, hvertfall ikke ofte.

En annen informant, Karen, går litt lenger for å finne informasjon. Hun er en av informantene som ser ut til å bruke mest tid, og er villig til å gå lengst, for å stalke andre individer. Hun har en falsk profil på Instagram som hun bruker til å stalke og overvåke ulike individer. Her later hun som at hun er en annen person, og det gir henne muligheten til å få innpass hos folk som har lukkede profiler. Hun sender en følgeforspørsel til de hun ønsker å stalke, og om de godtar den falske brukeren så er det fritt frem. På spørsmål om hvordan dette fungerer i praksis svarer hun;

Ja, altså, først så var jo jeg, jeg har jo byttet litt på den da, i forhold til hvem jeg skal stalke [ler]. Men jeg har jo kanskje vært sånn ganske sånn basic norsk dame, tredve år, bare sånn, bare lagt ut litt turbilder, slik damer i tredve og førtiårene gjør [ler].

Karen sier videre at det ble mer komplisert når hun fortalte vennene sine om dette, for da ville de at hun skulle bruke profilen til å stalke folk for dem. Karen hadde en venninne som var sammen med en som var tysk som hun ville at Karen skulle stalke, «*så nå er profilen tysk da [ler], så må slutte å følge alle norske, og gå inn å følge tyske [ler]*». Videre forteller Karen at det ligger litt arbeid bak dette, men at hun egentlig synes det er litt flaut. Hun forteller også at det ofte fungerer slik at de som har falske profiler følger hverandre, for å «hjelp til» med stalkingen, og slik gjøre profilen mer troverdig. Hun sier også at det ikke er uvanlig at folk har falske profiler for å overvåke eller stalke andre individer. Likevel kan det være litt stigma her, når det gjelder å lage falske profiler for å overvåke andre. Det er tydelig at dette er noe Karen kjenner på. «*Herregud nå når jeg sier det høyt så hørt det jo helt crazy ut [ler]*».

Her ser vi hvor mye *strategien* til Karen har å si for hvor mye informasjon et individ får av å følge med på andre individer i sosiale medier. Uten denne falske profilen ville ikke Karen stalket visse individer, for om hun hadde brukt sin «vanlige» profil ville hun vært avslørt som stalker. Karen blir også en slags «sosial ressurs» for sine venninner med denne falske brukeren.

Videre spør jeg henne hvem det er hun pleier å stalke. «*Nei da er det jo eksen til eksen [ler]*». Hva kan ligge bak Karen sitt behov for å stalke eksen sin forrige kjæreste?

Ifølge Marwick (2012, s. 387) hender det at folk reagerer på følelsen av svakhet eller følelsen av å ha mistet makt med å prøve å samle inn informasjon om andre. Her kan en snakke om en slags utjevning, hvor det å skaffe seg informasjon om et annet individ kan gi «stalkeren» følelsen av å holde på makten. Marwick viser til et eksempel fra sin studie, hvor en av intervjuobjektene hennes innrømmer at hun bedriver stalking av ekskjæresten sin nye kjæreste. Intervjuobjektet til Marwick føler seg bedre når hun stalker eksen sin nye kjæreste, fordi hun er av den oppfatning av at hun selv er penere enn den nye kjæresten. Bakgrunnen for denne stalkingen er at intervjuobjektet til Marwick var såret etter bruddet, og selv om det kan være vondt å se på eksen og hans nye kjæreste i sosiale medier, så gjør hun det likevel,

fordi hun vil vite hva som skjer, og vil forsikre seg selv om at hun er bedre enn den nye kjæresten. Marwick mener at intervjuobjektet hennes prøver å få tilbake en følelse av kontroll i en situasjon hvor hun har følt på tapet av makt. Og ved at hun kan få en slags bekreftelse av at hun er penere enn den nye kjæresten, så øker hennes verdi på «datingmarkedet» på skolen deres, selv om hun ble dumpet (Marwick, 2012, s. 388).

Karen forsøker å forklare hva som ligger til grunn for at hun stalker sin eks-kjæreste.

Med ekser e det jo egentlig bare sånn usunn obsession [ler], så man bare må, så eg får jo egentlig ikke noe bra ut av det, eg håper jo nesten litt at det ikke går bra med de, man vil jo gjøre det bedre selv da... man har kanskje ikke onde hensikter, men det e mer sånn her, okei eg ligger litt bedre an enn deg [ler].

Her viser det seg at Karen, i likhet med Marwick sin informant, er opptatt av å gjøre det bedre enn eksen, og eksen sine andre kjærlighets-interesser. Informasjonen, eller kunnskapen, Karen samler inn via overvåking i sosiale medier kan da gi henne en pekepinn på om hun «gjør det bedre» enn eksen sin etter bruddet. Her ser det ut til at det å stalke eksen egentlig ikke handler om eksen, men om Karen selv, i form av at hun vil bekrefte eget ståsted og sosiale status etter bruddet.

4.1. Bruker informantene latter som forsvarsmekanisme?

Både Henrik og Karen ler når de forteller om hvordan de stalker andre individer i sosiale medier. Dette gir inntrykk av at de forsøker å vise at de tar lett på dette med stalking, og at det bare er for moro skyld. Det kan se ut til at informantene prøver å dekke over hvor viktig dette egentlig er for dem. Særlig informanten Karen har omfattende praksiser for å overvåke og stalke andre i sosiale medier. Det at hun ler hver gang hun forteller om dette, kan tyde på at hun ønsker å vise at hun ikke tar sine egne praksiser seriøst, og heller prøver å «le det bort». I noen tilfeller kan det se ut til at latteren har sammenheng med flauhet over hvor omfattende strategiene hennes for overvåking er.

Det er viktig å nevne at det å analysere latteren, sammen med det som blir sagt, ikke alltid er like enkelt. Men det er likevel tydelig at det i Karen sitt tilfelle blir brukt latter som en måte å dekke over sårbarhet på. Det at hun lager en falsk profil for å kunne følge med på enkelte individer, er noe hun selv sier «høres helt crazy ut». Mye tyder derfor på at Karen blir litt flau

når hun forteller om den falske profilen, og at hun ler for å vise at hun tar lett på det, og at det er mest for moro skyld. Sårbarheten til Karen kan handle om at dette er et usikkert terreng. Det er ikke nødvendigvis skapt faste normer for hva en kan tillate seg i sammenheng med stalking og falske brukere. Det er mulig at Karen blir usikker og sårbar fordi hun ikke vet om hennes praksiser er «innafor» eller ikke.

Flere av de andre informantene ler også når de prater om stalking i sosiale medier. Det ser ut til at det er en del stigma rundt det å stalke andre individer, særlig om dette er en praksis man bedriver ofte. Det at informantene ler kan tolkes som at de blir litt flau eller nervøse når de innrømmer at de stalker andre. Men det kan også handle om usikkerhet rundt sosiale hierarkier eller usikkerhet rundt eget image.

4.2. Hvorfor stalke andre individer i sosiale medier?

På spørsmål om hvorfor de stalker andre individer peker de fleste informantene på *nysgjerrighet* som hovedgrunnen. Helene forteller at hun bare *«liker å vite»*. Dette er noe Karen også nevner.

Både Anna og Henrik forteller at de følger med på andre i sosiale medier fordi det gjør at de kan holde seg oppdatert på hva som foregår i andre sine liv. Preben bruker også sosiale medier til å holde seg oppdatert, og forteller at du kan lære mye om andre sine liv av å følge med på dem i sosiale medier.

Jenny mener at hovedgrunnen til at hun følger med på andre individer i sosiale medier er for *«å opprettholde kontakt og vennskap med folk»*.

Det å samle inn kunnskap om andre, om det er av nysgjerrighet eller for å være oppdatert på hva venner gjør, ser altså ut til å være motivasjonen for å stalke og overvåke andre i sosiale medier. Basert på det informantene forteller er det tydelig at «vanlige folk» er svært opptatt av andre «vanlige folk». Og selv om det er kjente personligheter som ofte har høyest følgerskare i sosiale medier, så er det ikke disse personene informantene er opptatt av å følge med på, de vil heller vite hva venner og kjente i deres nettverk holder på med.

4.3. Overraskende funn

Selv om jeg på forhånd hadde en viss forventning om at informantene drev med stalking og overvåking av andre individer, så viser materialet at dette er et mer omfattende sosialt fenomen enn først tenkt. Det som spesielt kan sies å ha vært et overraskende funn er hvor stort *kjærlighets-aspektet* er her. Hvordan informantene bruker sosiale medier for å stalke og overvåke sine kjærlighetsinteresser er et interessant perspektiv, og det er en praksis de fleste informantene bedriver i stor grad. Det å overvåke kjærlighetsinteresser ser ut til å være enda viktigere enn å overvåke venner og familie. I lys av disse funnene har jeg valgt å gi dette aspektet større plass i oppgaven enn det som var planlagt. Dette blir da en egen «case», da jeg mener det er viktig å kaste lys på hvor viktig dette er for informantene og hvor stor rolle det spiller i deres liv.

4.4. Case: stalking av kjærlighets-interesser

De fleste informantene bruker sosiale medier til å stalke og overvåke individer de er interessert i fra et romantisk perspektiv. Denne «romantiske dimensjonen» ved sosial overvåking hadde et mye bredere omfang blant informantene enn jeg hadde sett for meg.

4.4.1. Tinder: startskuddet for stalking av romantiske interesser

Det kan se ut til at dating-appen *Tinder* er stedet hvor noen av informantene ofte har den første kontakten med individer de stalker eller overvåker. Både Helene og Rolf nevner Tinder ved flere anledninger. Helene vil ha mer informasjon før hun skal ta en relasjon et steg videre, og stalking i sosiale medier kan gi henne grønt, eller rødt, lys for dette.

Det å stalke eller overvåke noen en er interessert i, romantisk sett, er noe Helene praktiserer en god del. Om hun snakker med noen på Tinder så liker hun å sjekke hvilken person hun har med å gjøre, og da har hun noen metoder for å finne ut en hel del ting. Når jeg spør henne om hennes tekniske ferdigheter med overvåking i sosiale medier, svarer hun at hun har god oversikt over hva man kan gjøre for å finne frem til brukere i sosiale medier. Hun vet også hvordan hun kan se folk sine Instagram-stories anonymt. Vanligvis er det slik at en bruker kan se gjennom hvem som har sett «historiene» de legger ut på Instagram, men Helene forteller meg at hun har funnet en vei rundt denne funksjonen. Helene kan se «storyene» til andre brukere uten at det registreres, og hun har også oppdaget andre «loopholes» når det gjelder overvåking på Instagram.

Instagram oppdaterer seg veldig ofte, så de fjerner enkelt muligheter da. Men så har eg funnet ut at hvis du logger deg inn på Instagram i nettleser, og går inn på en person sin profil, og trykker på følgere, så får du opp de siste følgerne først. Men om du går inn på mobil så du får du det kun opp i random rekkefølge..

Slik kan Helene se hvem de hun dater har begynt å følge nylig. Dette er ikke mulig å gjøre i Instagram-appen, og er ikke noe de fleste er klar over at er mulig å gjøre. Helene har altså funnet en vei rundt systemet, for å få mer informasjon om de hun følger med på. For å se historiene til brukere på Instagram anonymt bruker Helene ulike nettsider, og det er ifølge henne lett å finne frem til dette via Google.

Det er altså flere muligheter enn øye først ser for å overvåke andre individer i sosiale medier.

Helene sier at hun *«må gjennom den prosessen før eg velger å ta det videre»*. Prosessen ser ut til å bety at hun må finne ut så mye som mulig via sosiale medier, når hun prater med noen på Tinder. Helene må altså ha mer informasjon om individer som er potensielle kjærlighetsinteresser før hun tar det videre. Hun vil sjekke hvilke type person de er, og det kan hun finne ut ved å søke de opp i diverse sosiale medier, og grave relativt dypt om det er mulig. Slik tenker Helene at hun danner seg et mer oversiktlig bilde av den aktuelle personen. Dette er noe hun tilsynelatende gjør for å få en slags trygghet.

Det at Helene har dette behovet for å finne ut hvem det er hun egentlig snakker med, er noe Mark Andrejevic nevner som ett av aspektene ved moderne overvåking.

The need to enlist monitoring strategies as a means of taking responsibility for one's own security in networked communication environment in which people are not always what they seem (Andrejevic, 2005, s. 482).

Andrejevic mener at det å følge med på hverandre ikke er noe som oppstod med ny teknologi og sosiale medier, men er noe som kan kobles til tradisjonelt landsby-liv hvor alle vet alt om alle. Men det er likevel deler av moderne overvåking som skiller seg ut fra landsby-livet, ifølge Andrejevic. For det er ikke alle som er den de gir seg ut for å være på nett og i sosiale medier. Derfor mener Andrejevic at det er naturlig å ville ha mer informasjon, og finne ut

hvem det er man *egentlig* er i kontakt med over nett, for å beskytte seg selv. Praksisen til Helene kan da handle om mer enn å innhente informasjon for å få kunnskap. Det at Helene må gjennom den prosessen, og finne ut så mye som mulig om det individet hun snakker med over nett, kan da også sees på som en beskyttelsesmekanisme.

Også Rolf nevner Tinder som et utgangspunkt for stalking. Om Rolf har snakket med noen på Tinder, og ønsker å finne denne personen i sosiale medier, har han visse strategier han tyr til.

Det spørs jo hva man har å gå på da, om du for eksempel har navn, så kan du søke etter det, og hvis du har bekjente så kan du gå inn på deres Facebook, og om de har åpen venneliste så kan du søke på det, eller så kan du gå på Instagram og søke etter det, og så utvikler det seg..

Om Rolf har navnet til den personen han er interessert i å finne, så får han fort tilgang til den informasjonen han ønsker. Men han sier at det skjedde hyppigere før korona-tiden, da en oftere var på fester og traff folk en ikke kjente.

Hvis det er noen som er pluss én som ikke var invitert på lista, så kan du søke opp den personen om du hadde en god samtale eller noe sånn, ikke at du nødvendigvis begynner å snakke med dem men at du ser på de personene dagen etterpå.

Selv om Rolf da finner en person han er interessert i via sosiale medier, så betyr ikke det at han nødvendigvis tar kontakt. Men han ønsker å finne ut mer om personen det gjelder, før han bestemmer seg for om dette er noe han vil gå videre med. Sosiale medier blir da et sted for å finne ekstra informasjon, og gjøre seg opp et bilde av et annet individ.

En annen informant, Jenny, forteller at hun primært stalker folk hun er interessert i fra et romantisk perspektiv, og at hun ikke pleier å stalke venner så mye. Om hun er interessert i noen går hun inn på profilene deres i sosiale medier, eller søker de opp om hun ikke allerede følger de. Utover dette har Jenny noen ekstra strategier for å følge med på andre individer. Hun forklarer hvordan hun stalker kjærlighetsinteresser.

Hvis eg for eksempel har sendt en snap til noen som ikke har svart, så kan eg gå inn på Instagram og se om de har vært aktiv i det siste og sånn, og eg har av og til gått inn på Snap og sett på kartet kor de e.

Her bruker Jenny de verktøyene som er tilgjengelig, for å finne ut hvor personer befinner seg geografisk, eller om de har vært aktiv på Instagram. Instagram har en funksjon som viser når personen sist var inne i appen, noe som for Jenny kan indikere at de har brukt mobilen, men at de da har latt være å svare henne på Snapchat. Det å finne ut om en person har vært aktiv ser ut til å være viktig for flere informanter. Om personen de følger med på da ikke har vært aktiv på andre sosiale medier, kan dette bety at de ikke blir ignorert, men at den personen det gjelder rett og slett er opptatt. Men dette er noe flere av informantene liker å bekrefte, som Jenny forsøker å gjøre når hun sjekker om de hun venter på svar fra har vært aktiv. Det er da ikke nok å bare gå ut ifra at noen er opptatt, dette må undersøkes og bekreftes.

Sosiale medier gjør det altså mulig å undersøke når folk har vært aktive på mobil og andre enheter og det blir mulig å få oversikt over hvem som har sett hvilket innhold. Dette kompliserer den sosiale interaksjonen mellom individer. Den sosiale samtalen er ikke lenger kun basert på det individer forteller hverandre. Dataene og informasjonen som registreres og deles i sosiale medier er med på å forme den sosiale interaksjonen. Data kan vise hvor et individ befinner seg geografisk, mens individet kan ha fortalt noen at de er et annet sted. Her kompliseres den sosiale interaksjonen om informasjonen en får via sosiale medier ikke stemmer overens med det en blir fortalt direkte.

Som vi har sett med casen over, så er stalking av kjærlighetsinteresser ofte berørt av det å følge med på når individer er aktive i sosiale medier og hvor de befinner seg geografisk. Det er tydelig at de digitale verktøyene brukes for alt de er verdt når det gjelder å skaffe mest mulig informasjon om individer en er interessert i fra et romantisk perspektiv. Men når er det informantene starter å stalke noen? Videre skal vi se på hva det er som får ballen til å rulle her.

4.5. Kan «sosiale nyheter» være en «trigger» for å stalke?

Så langt har vi sett på hvem informantene stalker, og hvilke strategier de har for å overvåke andre individer. Men hva er det som setter i gang denne praksisen? Hva er «triggeren» for å stalke et annet individ i sosiale medier?

Anna forteller meg om et eksempel på stalking hun gjorde, som viser hvordan hun pleier å bruke sosiale medier til å finne informasjon, og som viser hva som gjorde at hun begynte å stalke et gitt individ i utgangspunktet.

Sånn som i går kveld såg eg, dukka eksen til lillebroren min opp i feeden, og så hadde hun lagt ut bilde av en eller annen fyr da, så skjønnte eg ja da har ho fått seg ny kjæreste, så gjekk eg jo inn, og eg visste jo ikkje kem det var så, så gjekk eg jo inn å sjekka ut han. Så det er jo litt sånn overvåking, stalking, ja, når en kommer over noe..

Om en da snubler over en «nyhet» man ikke har fått med seg, slik Anna gjorde, så kan dette sette i gang en prosess, hvor en går gjennom visse steg for å finne ut det en kan om et enkelt individ. Her er det ikke snakk om nyheter i sammenheng med journalistikk, men nyheter i form av informasjon eller hendelser som har med individer man kjenner å gjøre. Vi kan kalle det «sosiale nyheter».

4.6. Hvor går grensen, når går stalkingen/overvåkingen for langt?

En av informantene, Even, mener stalking er greit, så lenge det ikke er overdrevet. Hvor går så grensen, hva er overdrevet? Her forklarer Even.

Det blir jo overdrevet om en søker opp den personen hver dag, eller sånn på regelmessig basis at du søker opp personen, da er det overdrevet, da er det nesten en besettelse, så da er det noe underliggende, da er det sjalusi eller ett eller annet sånn som styrer..

Even peker på det som en *besettelse*. Karen mener det kan bli *usunt* å stalke for mye.

Man sammenligner jo seg fort med enkeltpersoner, så det e jo kanskje litt det da, dessverre, litt sånn usunt, sånn dessverre veldig normalt da, kanskje ikke så mye stalking som eg har gjort på den Instagrammen da, men det e jo ganske normalt å stalke litt da..

Jenny mener også at det kan bli for mye stalking.

Eg føler det er en grense på hvor mye man kan gjøre det, at eh, ja det er jo sånn sett kanskje ikkje helt greit å gjøre det uansett da. Men eg føler det er mer akseptabelt og det er blitt mer

vanlig å søke opp folk og gjøre litt sånn stalking. Men når det blir på alle sosiale medier, googler navnet ditt og ser når du er aktiv og sånn så blir det litt i overkant.

Rolf tenker at stalking på sosiale medier egentlig er greit.

Så lenge du ikke plager den andre personen, tenker jeg, at de selv føler på at de blir stalka. For alt vi vet så blir vi alle stalka, men det har ikke noe å si så lenge det ikke plager deg på en måte, for det du ikke vet har du ikke vondt av.

Jeg spør hva Rolf ville tenkt om han selv fikk vite at noen stalket han. «*Da blir du mye mer bevisst på det, og da blir du kanskje mer plaga av det*». Rolf uttrykker altså at det er greit å stalke andre individer, så lenge man ikke «plager» de, og så lenge de ikke vet om det. Han tror selv at han hadde blitt mer bevisst på det om han visste at noen stalket han.

Det virker som at informantene er bevisst på at stalking av andre individer kan bli usunt, men dette stopper dem ikke fra å bedrive stalking på en regelmessig basis. Behovet for å vite ting om mennesker de kjenner er da større enn behovet for å ha et sunt forhold til egen bruk av sosiale medier. Når det gjelder om stalking er innafor eller ikke, og hvor grensen går her, så ser det ut til at noen av informantene tenker at det er greit siden alle andre gjør det. Stalking og overvåking av andre individer er blitt en så stor del av det å delta i sosiale medier, at informantene tenker at selv om det kan bli mye, og kan ha negative følger for overvåkeren og den som blir overvåket, så er det likevel greit i mange tilfeller. Det kan se ut til at normene, og eventuelt designet, i sosiale medier gjør at det å følge nøye med på andre er en naturlig praksis for informantene.

4.7. Hvilke sosiale medier er best tilrettelagt for overvåking?

På spørsmål om hvilke av de sosiale mediene som er best tilrettelagt for overvåking så svarer både Helene og Jenny at Instagram er den appen som er best når det gjelder *nåtid*. Jenny sier at Facebook kanskje er *lettere* å overvåke på, men kun fordi det ligger mer, og eldre, informasjon der, fordi det er det sosiale mediet folk har hatt lengst. Instagram er representativt for hvordan folk er *nå*, og Facebook viser mer hvordan folk har vært tidligere, ifølge Jenny og Helene.

Også Even mener at Instagram er det sosiale mediet som gjør overvåking enklest.

Fordi at i mange tilfeller så har de jo åpne brukere, eller man kan jo lukke brukere, men ofte har de gjerne VSCO link da, så trykker gjerne inn på den om man ikke finner personen, eller om de har lukket, så eg vil nok si at Instagram er den mest tilrettelagte profilen til å overvåke.

Om noen har valgt å ha lukket profil på Instagram erfarer altså Even at de ofte likevel har link til VSCO-profilen sin i bioen, og at han slik likevel kan overvåke eller stalke individene gjennom den. VSCO er en app hvor du kan redigere bilder og poste de i andre sosiale medier, eller du kan poste bildene på VSCO sin egen plattform (Sjøberg, 2021). Appen ligner på Instagram, men har et enklere design, og ikke like mye interaksjon. Det ser ut til å være mye lavere terskel for å dele bilder på VSCO enn på Instagram, og her deles ofte «drøyer» bilder, da denne profilen ikke fremstår fullt så offentlig som Instagram. Likevel er det ikke nødvendigvis vanskelig å finne frem til bildene her, men du må trykke innpå linken og gjerne bla gjennom en del bilder.

Helene bruker som oftest Instagram når hun skal finne informasjon om andre, fordi hun mener det er på denne plattformen folk «*legger ut mest synlig om livet sitt*». En annen informant, Preben, sjekker også Instagram om han undersøker andre, men han har ikke egen bruker på denne plattformen. Preben forteller meg først at det eneste sosiale mediet han bruker er Facebook, men likevel innrømmer han at han søker opp Instagram-profilen til andre individer. Han sjekker altså denne plattformen selv om han ikke har bruker der selv. Men det å ikke ha profil her kan noen ganger stoppe han.

Ja, vel, no har jo Instagram gjort sånn at om du ikke har bruker pålogget så kan du kun se så og så mange bilder, og då kan du kun se innom så og så mange profiler før de på en måte krever at du skal lage, eller logge inn.

Preben er ikke særlig aktiv med deling av innhold på sosiale medier, og derfor har han ikke Instagram-profil. Preben vil altså ikke være deltakende, eller dele innhold på Instagram, men det å få med seg hva andre gjør ser likevel ut til å være svært viktig for han. Her blir det en slags motsetning. Preben vil ikke være synlig på nett, men han vil se andre. Dette kan tyde på at sosiale medier, og det å observere andre individer, betyr mer for Preben enn han gir uttrykk for. Det å ikke ha profil på Instagram kan være en måte å vise at han ikke bryr seg om slik

eksponering og observering, men så viser det seg at behovet for å følge med på andre er der likevel.

Henrik og Preben kategoriserer Facebook som det beste mediet til å overvåke. Henrik mener det er fordi så og si alle har en Facebook profil, og at på Instagram er det så mange som har lukket profil. På Facebook er det litt mer redigering som må til for å lukke profilen, og den blir da likevel ikke helt lukket. Preben mener at Facebook er best tilrettelagt for overvåking fordi det finnes mer personlig informasjon der enn på de andre sosiale mediene. Han tenker at Facebook er mer «omfattende» enn for eksempel Instagram og Twitter, når det gjelder personlig informasjon.

Anna, på den andre siden, peker på Snapchat som det sosiale mediet som legger mest opp til at brukerne skal overvåke hverandre.

Snapchat har jo veldig sann hvis folk har på den funksjonen at du kan se hvor de er, så legger jo den opp til at du kan ha så og si full kontroll, hvertfall om de bruker den ofte da, så kan de jo være sann, å ja er du der ja, litt sånne ting, så den, den syns eg legger veldig opp til overvåking, men det spørs jo om folk tillater det da. Eg hadde den på før, men så skjønnte eg at folk følger jo faktisk med, så da skrudde eg den av.

Rolf mener også at Snapchat er et sosialt medium som legger opp til overvåking, på grunn av Snapmap-funksjonen. Han brukte selv kartet på Snapchat tidligere, og sjekket hyppig hvor folk befant seg.

Snapchat skiller seg på denne måten fra de andre sosiale mediene, da det er mulig å se hvor de andre brukerne, dine «venner», befinner seg geografisk, om de godtar dette. Her kan en potensielt ta overvåkingen til et nytt nivå, da det å vite hvor andre individer befinner seg til enhver tid er mer omfattende, og inngripende, enn å bare følge med på hvilke bilder andre individer poster på Instagram.

De fleste informantene har erfaringer med denne kart-funksjonen på Snapchat, som kalles *Snapmap*. Dette skal vi se mer på i kapittel 6, i sammenheng med beskyttelse mot overvåking.

4.8. Oppsummering – stalking i sosiale medier er et omfattende fenomen

Som vi har sett i dette kapitlet er stalking i sosiale medier et stort fenomen blant informantene. Falske profiler, omfattende informasjonsgraving og det å gå rundt systemene i sosiale medier er noen av strategiene informantene tyr til. Det å holde stalkingen skjult er også svært viktig for noen av informantene, og de kan derfor ikke alltid *bruke* informasjonen de har skaffet seg via stalking og overvåking. Det å skjule denne praksisen er noe Andrejevic (2005) peker på som kjennetegnet på «do-it-yourself investigators». Det at informantene hadde så omfattende praksiser for stalking, og at det var kjærlighetsinteresser de stalket hyppigst, var til en viss grad et overraskende funn. Videre skal vi se på hvordan informasjonen som samles inn via stalking og overvåking blir brukt av informantene.

5. Hvordan brukes overvåkingsdataene som samles inn?

Når individer stalker og overvåker hverandre, samler de inn mye informasjon. Slik sitter de igjen med en viss kunnskap om andre individer. Hva skjer så med denne kunnskapen som samles inn? Informantene følger nøye med på hva venner og kjente, og potensielle kjærester, poster. Men i sosiale medier følger en gjerne også med på folk en ikke kjenner så godt. Hvilke problemstillinger kan dukke opp når en har mye kunnskap om folk en ikke kjenner?

I dette kapitlet skal vi se på hvordan informantene forholder seg til det å ha kunnskap om andre individer, og hvordan de eventuelt bruker denne kunnskapen. Jeg vil presentere *hvilken* kunnskap informantene samler inn, og hvordan de selv kategoriserer denne kunnskapen. Vi skal også se på om kunnskap informantene har fått via stalking eller overvåking kan føre til makt over andre individer.

5.1. Hva skjer når man får kunnskap om folk man ikke kjenner?

Som nevnt i kapittel 2 mener Marwick (2012) at stalking i sosiale medier kan gi brukere som stalker eller overvåker andre individer en følelse av at de har en relasjon til personen de stalker, selv om de to personene ikke nødvendigvis har kontakt med hverandre.

Helene forteller om et interessant tilfelle i sammenheng med dette.

Eg har en venninne, hun har fulgt en jente på Instagram i mange år, men hun kjenner hun ikke då. Men så hadde hun gått forbi henne på gaten en dag, og så hadde hun sagt hei [ler]. Så glemte hun liksom at hun ikke kjente hun, for siden hun har fulgt henne så lenge så følte hun at hun kjente henne, for hun vet så veldig mye om livet hennes..

Dette med å stalke noen i den digitale verden, for så å glemme at man ikke er venner, eller har en relasjon, i den «virkelige» eller «ikke-virtuelle» verden, er noe som ofte hender med kjente personligheter. Men det å følge med på noen, for eksempel kjente personligheter, er ikke et fenomen som oppstod med sosiale medier. *Groupies* er et begrep som kan linkes til det å være *følgere* i dagens digitale samfunn. Tradisjonelt fulgte gjerne groupies, i form av «fans», rockeband på deres turneer. Praksisene til den tradisjonelle *groupien* utvides og blir mer omfattende med sosiale medier.

Om vi tar utgangspunkt i eksempelet over, så kan det se ut til at å være en *groupie* i sosiale medier ikke utelukkende handler om å følge med på kjente personligheter, men at det også hender at «vanlige folk» blir i overkant interessert i andre «vanlige folk».

Det å følge med på folk man ikke kjenner, men som man vet hvem er, er et fenomen Marwick ser på i sin studie fra 2012. Her trekker Marwick frem en samtale hun har med en femten år gammel jente som bruker Facebook til å stalke de populære jentene på skolen. Informanten til Marwick, og vennene hennes, bruker Facebook for å opprettholde et slags «innbilt» forhold med de populære, eldre, jentene. Dette viser, ifølge Marwick (2012), til makt-forskjellen mellom disse gruppene. Her følger de yngre jentene med på de eldre jentene, men de eldre jentene følger ikke med på de yngre. Marwick mener da at selv om disse gruppene tilsynelatende har lik status, så viser praksisen til de yngre jentene at dynamikken likevel er ujevn her.

Dette kan sammenlignes med eksempelet over som Helene forteller om. Her hadde venninnen til Helene fulgt med på livet til et annet individ, men dette individet visste ikke hvem venninnen til Helene var. Det er vanskelig å si noe her om det er ujevn maktbalanse mellom de to individene det er snakk om. På den ene siden kan man kanskje påstå at det ene individet ser opp til det andre, som noen ganger er tilfellet når folk overvåker kjente personer, men dette trenger ikke nødvendigvis være det som skjer her. På den andre siden kan det å overvåke folk man ikke kjenner i «virkeligheten» gjøre at man får kunnskap om det individet, noe som kan føre til en ujevn maktbalanse, litt avhengig av hva kunnskapen brukes til.

Marwick mener at sosiale medier skaper en falsk oppfatning av ekvivalens mellom brukere om konteksten blir eliminert og om de sosiale rollene ikke blir tatt stilling til (Marwick, 2012). Og brukere, som Helene sin venninne, glemmer at andre brukere, selv om de gjerne kalles «venn» på Facebook, ikke nødvendigvis er en venn i ordets egentlige betydning.

5.2. Kunnskap blir til *sladder* – «vanlige folk» er av stor interesse

Hvordan brukes så informasjonen som samles inn? Både Jenny og Anna forteller at informasjonen de samler inn når de stalker folk ofte ender opp som *sladder*. Ifølge sosialantropologen Robin Dunbar er det å kunne utveksle *sladder* en av hovedgrunnene til at mennesker utviklet språk (Aalen, 2015). Dunbar mener også at det å være nysgjerrig på hva

andre mennesker driver med verken er bortkastet eller overflatisk, men at det er slik vi lærer om sosiale normer og hvordan vi står i forhold til hverandre (Aalen, 2015).

Når jeg spør Anna om hva hun gjør om hun vil finne ut noe om noen og hvordan hun bruker sosiale medier til å undersøke, så forteller hun meg en del om prosessen, og *motivasjonen*, til å undersøke.

Jeg hørte her om dagen, nå har jeg faktisk ikke gått inn å sjekka da, men jeg hørte her om dagen at noen som er litt yngre enn meg skulle bli foreldre, noen heimefra. Så da tenkte eg med en gang, ja jøss, da tenkte eg med en gang at eg har jo ikke sett noen bilder av det, må inn å sjekke.

Jeg spør henne om det er slik det pleier å fungere, at hun hører om noe, og så tar til sosiale medier for å finne ut mer.

Jaja, herregud, du hører noe, og så inn å sjekke litt, for eksempel om noen har slått opp, når det er lenge siden de har lagt ut noen bilder med hverandre..

Om Anna hører et rykte om noen hun kjenner, vet hun hvordan hun skal finne ut mer. Men hvordan brukes så denne kunnskapen om venner og kjente?

Alle de fire kvinnelige informantene, Anna, Jenny, Helene og Karen, forteller meg at de snakker med vennene sine om innhold som andre individer poster på sosiale medier. Karen sier at de snakker om innhold om andre som «gossip», og Jenny og Anna kaller det for «sladder», når de snakker om andres innhold sammen med sine venner.

Jenny forteller at hun kun pleier å diskutere andre brukere med folk hun er trygg på, at da snakker de om ting folk legger ut.

For eksempel om noen har lagt ut noe greier som eg tenker e litt drøyt å legge ut, eller noe som kanskje e litt spesielt da eller uvanlig å legge ut, så e det noe eg kan snakke om, eller sånn at eg screener bilde eller sånn og sender det..

Det å videresende andre individers innhold er noe Helene også gjør innimellom.

Det hender jo at om en person for eksempel legger ut en story som er litt interessant, eller spennende, så sender eg det ofte videre til andre venner, og bare viser det til de, og hvis det er en sånn intern greie så, så videreformidler eg det som e lagt ut.

Etter at de har sendt innhold videre blir det gjerne diskusjoner blant vennene, og Anna går i dybden på hvilke tema som kan bli diskutert.

Ser at ei er gravid eller noe, er jo i den aldersgruppen nå [ler], så snakker vi jo om det.

Det at interessen for hva «vanlige folk» holder på med er så stor blant informantene er kanskje ikke så overraskende om vi ser det i lys av hvor populært «reality-tv» er i dag. Det at informantene følger så mye med på vanlige folk i sosiale medier kan sees på som en form for livesending av «reality-innhold». De sosiale mediene gjør denne praksisen mulig, og utvider muligheten til å følge med på andre mennesker i, eller utenfor, eget nettverk.

Det finnes i dag utallige TV-programmer hvor konseptet er å følge med på helt vanlige folk, som gjerne må interagere med hverandre i en viss tidsperiode. Et av de første TV-programmene i denne sjangeren var *Big Brother*. Serien, som var basert på et nederlandsk TV-konsept, sendte sin første norske sesong i 2001 (Hansen, 2014). *Big Brother* var et springbrett for program som *Paradise Hotel*, *Ex on the Beach* og *Love Island*, blant mange andre, hvor seerne kan følge med på vanlige folk som blir kjent med hverandre, de skaper intriger og drama, og noen finner kjærligheten. Kanskje det å følge med på folk en kjenner, og folk en vet hvem er, gir noe av det samme til seerne, eller overvåkerne, i form av underholdningsverdi. Reality TV-sjangeren har fanget opp en fascinasjon hos «folk flest», og skaper disse programmene for å mate behovet for denne typen underholdning.

Det å snakke med venner om hva andre venner, eller bekjente, poster i sosiale medier, er en praksis alle de kvinnelige informantene er kjent med. De mannlige informantene, derimot, brukte ikke begrepet «sladder» når de forklarte hvordan de snakket med venner om innhold i sosiale medier. Både Henrik, Preben og Even forteller at det hender at de snakker med sine venner om andre individers innhold i sosiale medier. Men de gir inntrykk av dette ikke er en veldig hyppig praksis, slik det er for de kvinnelige informantene. Even forklarer hvordan det eventuelt kommer opp i en samtale med sine venner.

Hvis vi gjør noe lignende, så kan eg si sånn at eg så på Insta at de var her forrige uke, at de og var her, så det e nok en informasjonskilde som eg deler med venner om det kommer opp.

Her kan de se ut som at Even tar opp ting han har sett i sosiale medier om det er av *relevans* eller *interesse* for resten av vennegjengen, men at det ikke blir snakket om bare for å snakke om det. De kvinnelige informantene nevner ikke noe om verdien, eller relevansen av innholdet de prater om med venner. Det som er av interesse for de kvinnelige informantene her, som blir til sladder, betyr nok ikke det samme som når det er av interesse for Even. De kvinnelige informantene har fokus på *hvem* som gjør hva, mens Even har mer fokus på *hva* som ble gjort.

Oppsummert kan en si at informantene er opptatt av å følge med på «vanlige folk». Dette kan trekkes opp mot tv-trender i samfunnet generelt, da «reality-TV», og det å følge med på «vanlige folk», er blitt en populær sjanger. Videre skal vi se på hvilken kunnskap som eventuelt ligger i denne *sladder*en, og om kunnskapen kan føre til en følelse av makt.

5.3. Kunnskap er makt?

Hvorfor ønsker vi da å vite så mye om andre individer, er det bare *nysgjerrighet*, som Even sier, eller ligger det noe mer bak? Even sier at han ikke har noe *maktbegjær* overfor de han overvåker, men kan overvåking noen gang føre til at den som sitter bak skjermen og følger med føler at de har makt? Er makt i så fall motivasjonen for overvåkingen, eller er det bare noe som følger med praksisen?

Helene forteller at overvåking har ført til at hun føler hun har makt, men at det også har ført til at hun føler hun *ikke* har makt, altså en form for *avmakt*.

For eksempel med Instagram da, om du logger inn på nettleser, hvis du ser på en fyr, eller dater en fyr da, så kan du jo se hvem han har begynt å følge, og kem som har begynt å følge han sist. Hvis du ser det kanskje e en ny jente, så føler en jo en viss form for makt for at du kan finne ut av det, samtidig så blir det jo litt sånn, ja, du har jo ikke kontroll over hva han gjør.

Her føler altså Helene en form for makt når hun kan finne ekstra informasjon om de hun dater, siden de ikke vet at denne informasjonen er tilgjengelig for henne. Likevel har hun ikke noe kontroll over hva den andre parten gjør, og da kan det å vite denne ekstra informasjonen gjøre at hun føler seg maktesløs. Det å innrømme at hun har denne informasjonen overfor den andre parten er heller ikke aktuelt, da dette kan føre til at hun mister ansikt. Den andre parten vil da vite at hun har gått til «ekstreme» lengder for å få informasjon som egentlig ikke skal være tilgjengelig for henne.

Lyon mener at overvåking i romantiske forhold kan føre til en ujevn maktbalanse, om den ene parten i forholdet prøver å få mer kontroll i relasjonen, gjerne for å kompensere for en oppfattet svakhet (Lyon, 2018). Er det dette Helene prøver på når hun graver etter informasjon om noen hun dater? Det kan tenkes at Helene føler hun mangler spesifikk informasjon om det individet hun er i en romantisk relasjon med, og ser på dette som en svakhet, noe som fører til at hun overvåker den andre parten for å skaffe mer oversikt eller kontroll. Helene kan ikke gjøre noe med informasjonen hun tilegner seg via stalkingen, annet enn å gjøre seg opp en mening om det individet hun stalker, og eventuelt ta avgjørelser basert på dette.

Jenny forteller meg at hun selv ikke føler hun har makt når hun overvåker andre, men at det har vært tilfeller hvor hun har følt at andre individer har makt over henne. Dette har skjedd ved flere anledninger når hun har snakket med individer av motsatt kjønn, som har vært interessert i henne. Særlig ett av disse tilfellene ble ubehagelig.

Snakket med en som var interessert i meg da, og så ble det veldig sånn eg følte at han overvåket meg med å se kortid eg var aktiv på Instagram og Facebook og sånn. Og på Snap så, hvis eg ikkje åpnet snappene, og det gjorde eg bevisst da at eg ikkje åpnet og så begynte han å sende meg sånn at han så at den scoren, du vet den du har på snap, at den liksom ble, at han såg at eg snappet da.

Dette individet som Jenny hadde vært i kontakt med fikk da bekreftet at hun hadde vært aktiv på Snapchat. Jeg spurte Jenny om hun følte at han hadde makt over henne.

Ja, litt sånn ekkelt, at liksom, og det er en annen som har søkt meg opp på Google og sånn, og så har ikkje eg snakket med han noe særlig, og så fikk eg en melding om at han hadde søkt

meg opp på Google og funnet en video av meg på Youtube som var sånn ti år gammel liksom, og det er jo, det var skikkelig ubehagelig.

Jenny gir her uttrykk for at det er ubehagelig når hun merker at noen har overvåket henne såpass nøye som i disse tilfellene. Det er vanskelig å måle om overvåkeren til Jenny har noe reell makt over henne. Men dette ubehaget, og det å vite at overvåkere potensielt kan bruke kunnskapen på en negativ måte, kan tolkes som en form for makt. Selv om en ikke kan fastslå at *kunnskap er makt* her, så kan en si at kunnskap kan gi en følelse av makt, eller en følelse av avmakt.

5.4. Er det greit å stalke/overvåke andre individer?

Informantene ble spurt om hva de tenker om å stalke eller overvåke andre individer i sosiale medier. Preben tenker at det å stalke folk på nett er gøy, og underholdende, og at det ikke er noe «ondt ment» med det, men noe en gjerne gjør fordi en er interessert i personen eller vil se hva folk en kjenner holder på med. Henrik ser ut til å være enig med Preben her.

En gjør jo det sjelden for å finne ut noe stygt om noen, det er jo for å finne ut kem folk e, har du hørt om denne personen, fått en ny nabo, så er det er jo ikke for å finne ut noe negativt om noen, det er jo for å finne ut kem folk e.

Anna mener at de sosiale mediene legger opp til overvåking og stalking.

At en har den muligheten til å følge med på andre sine liv, og du kan bli sittende ganske lenge, og eg trur du kan gå ganske djupt, kan finne ut ganske mye om en person, interesser, hvor de er. Du kan lett overvåke folk, tenker eg, hvis du går inn for det.

Jeg spør så Anna om hun da tenker at det er greit å overvåke eller stalke, siden de sosiale mediene legger opp til det.

Eh både og, det spørs jo hvem, en må jo på en måte tillate andre å følge seg, en må jo godkjenne noe først, men så tenker kanskje ikke den personen som godkjenner en forespørsel over at den i andre enden kanskje følger litt mer med enn det som er normalt, så ikke heilt innafor, med det har det gradvis blitt. Så eg vet ikkje heilt, men eg tror folk burde tenke mer over det, hvor mye andre kan følge med..

Ifølge Anna er ikke stalking helt «innafor» enda, men det er på vei til å bli det. Informantene stalker og andre, og vet selv at de blir stalket, så med tanke på gjensidigheten kan det til en viss grad være greit å stalke. Likevel er det tydelig at flere informanter er usikker på om egne praksiser for stalking er «godkjente» sosialt sett, særlig i eksempelet med Karen i kapittel 4. Informantene stalker folk fra sitt eget nettverk, og for flere av de blir stalkingen en sentral del av det sosiale livet. Videre skal vi se på hvordan kunnskap fra stalking kan påvirke sosiale interaksjoner utenfor nettet.

5.5. Sosial kontekst – samtaleemne

Flere av informantene forteller at en av fordelene de får av å følge med på folk de kjenner i sosiale medier er at de da ofte har et samtaleemne om de skulle møte denne personen.

Henrik forteller hvordan informasjonen sånn sett er verdifull.

Eg vil jo være oppdatert, så hvis eg treffer en person så kan eg jo si at eg så at du gjorde det og det, eller hvis eg treffer en på bussen, så selvfølgelig gir jo det en fordel på den måten. Eg har jo noen venner som ikke e på sosiale medier i det hele tatt. Han ene som eg tenker på han sklir jo ut, han får jo ikke med seg ka som skjer, han e jo ikke på Snapchat en gang. Så når vi møtes folk då så merker eg jo at han ikke henger med på ting vi snakker om for han har ikke sett det på en måte, i sosiale medier.

Henrik ser hvordan venner som ikke deltar i sosiale medier kan falle utenfor i sosiale settinger, og ikke kan henge med på alle tema som blir snakket om i vennegjengen. Dette viser til trekk ved sosiale medier som har å gjøre med evnen til å forme og vedlikeholde sosiale fellesskap (Gripsrud, 2015). Henrik sin sosiale identitet blir knyttet til deltakelsen i nettbaserte fellesskap, selv om kontakten ikke utelukket finner sted på nett. Det sosiale fellesskapet i vennegjengen til Henrik finner sted fysisk og på nett. Om en da går glipp av halvparten av den sosiale interaksjonen, som den ene kompisen til Henrik, så går en glipp av viktig sosial kontakt som skaper kontekst for den fysiske kontakten man har utenfor nettet.

I likhet med Henrik tenker også Helene at den oversikten hun får over folk via sosiale medier gjør at hun har et *samtaleemne*. For Helene er det å ha et samtaleemne med noen i sammenheng med informasjon hun har skaffet via sosiale medier ikke ekskludert til

vennegjengen. Om hun skulle møte en bekjent tenker hun også at det kan være en fordel å ha litt informasjon og kunnskap som grunnlag for en samtale.

For både Henrik og Helene spiller den sosiale konteksten en stor rolle for hvorfor de velger å følge aktivt med på venner og kjente i sosiale medier. Kunnskapen de samler inn kan være *verdifull* i en sosial setting. Dette kan være et eksempel på hvordan det å være sosial i sosiale medier henger tett sammen med det å være sosial utenfor sosiale medier. De individene Henrik og Helene har kontakt med på sosiale medier har de også kontakt med utenfor sosiale medier, noe som ser ut til å gjelde de fleste informantene. Sosiale medier kan i dette tilfellet fungere som en forsterker for sosiale bånd som allerede eksisterer utenfor sosiale medier.

5.6. Oppsummerende om bruken av «sosial kunnskap»

Kunnskapen som samles inn i sosiale medier handler i stor grad om hva individer holder på med, hvem de er sammen med, og hvor de befinner seg geografisk. Det hender brukere får, og søker, kunnskap om folk de ikke kjenner. Her blir skille mellom «venn» og «følgere» tydelig. Med kunnskap kan det komme en følelse av makt, eller en følelse av avmakt, da det å ha kunnskap om noen ikke alltid betyr at du har noe innflytelse over det som skjer. Kunnskap om venner og kjente brukes ofte til sladder, og «sosiale nyheter» skaper samtaler og kontekst innad i relasjoner og grupper. Flere informanter uttrykker at overvåking kan bli ubehagelig. Kan det da hende at informantene ønsker å beskytte seg mot overvåking? Videre skal vi se på behovet for beskyttelse, og hvilke praksiser informantene har her.

6. Hvorfor, og hvordan, beskytter unge voksne seg mot sosial overvåking?

Alle informantene bedriver stalking eller overvåking av andre individer i sosiale medier. Likevel uttrykker flere av informantene at de selv opplever at det å bli stalket eller overvåket kan være ubehagelig.

Er det mulig å verne seg for stalking og uønsket oppmerksomhet i sosiale medier, eller er den eneste løsningen her å ikke poste noe i sosiale medier som man ikke vil at «hele verden» skal se? Informantene har flere strategier for å beskytte seg mot overvåking og stalking, men først skal vi se på om informantene mener beskyttelse er nødvendig.

6.1. Er det nødvendig å beskytte seg for sosial overvåking?

Even sier at han er lite oppmerksom på hvilket avtrykk han etterlater seg i sosiale medier. «*Ute av syne ute av sinn*» er en frase han bruker flere ganger når han skal forklare hvordan han forholder seg til deling og stalking i sosiale medier. Han forklarer dette med at det er så enkelt å dele, det er så brukervennlig og fort gjort, og at «*når det ikke kommer opp noe varsel eller NB eller sånn*» så bare deler han uten å tenke på det. Even har opparbeidet seg en form for digital resignasjon (Moe, 2021), og gitt opp å prøve å minimere eksponeringen i sosiale medier.

Anna tror på sin side at «*folk er litt for naive på sosiale medier..*». Dette sier Anna i sammenheng med hvor langt innhold som blir postet faktisk kan gå, og hvor mange flere som ser innholdet enn man kanskje tror når man poster. Som nevnt tidligere, så ender ofte innhold i sosiale medier opp som sladder blant vennegjenger. Innhold som kun er delt med noen utvalgte personer, blir kanskje sendt videre til andre, og snakket om i andre sirkler enn senderen hadde sett for seg.

Preben foretrekker å holde en privat profil, derfor poster han lite på sosiale medier. Han mener også at all informasjonen som ligger ute om han på nett er informasjon han kan stå inne for, med unntak av noe gammelt innhold på Facebook. Så om noen velger å stalke han så kan han «*jo ikke bli noe annet enn smigret*».

Jenny føler seg på sin side ikke særlig smigret når hun blir overvåket, og forsøker derfor å beskytte seg for uønsket oppmerksomhet (stalking) i sosiale medier.

6.2. Hvordan beskytte seg?

Delvis på grunn av ubehagelige opplevelser Jenny har hatt med overvåking, så har hun valgt å ha to Instagram-profiler, en som er for «alle», og en som kun er for nære venner. Det samme har hun gjort på Snapchat, der har hun én «offentlig» og én privat Snapchat-story. Hun forklarer meg hvordan dette fungerer i praksis:

Om de skal følge den private Instaen min så må de være en god venn, men ikkje kjempe god venn, men for å være med på den snap-storyen som e privat så har eg et veldig lite antall der, så der e eg mye strengere på kem eg slipper inn, så då må det være folk eg e trygg på og har kjent en god stund.

Jenny har altså egne «stories» for de hun kjenner bedre, og hun føler slik at hun kan dele mer, når hun vet at innholdet kun går ut til utvalgte personer. Likevel hender det at hun noen ganger fjerner noen fra de «private listene» også, om hun legger ut noe spesifikt hun ikke vil de skal se, for så å legge disse personene til igjen når «storyen» er borte etter tjuefire timer. Når jeg spør henne om terskelen er lav for å legge folk til på Instagram eller Snapchat sier Jenny at hun ikke pleier å si nei så ofte, men at det da kun fører til at hun ikke poster ting på de ordinære/åpne storyene fordi hun ikke vil at alle skal se det.

Jenny har altså et behov for å beskytte seg mot at andre individer skal overvåke henne i sosiale medier, og dette viser hvordan hun gjør det i praksis. Her handler det også om *tillitt* for Jenny, når det gjelder hvem hun godtar på de private profilene sine. Det at tillitt er viktig i denne settingen er noe Marwick også har sett på i sammenheng med sosial overvåking.

Although sharing information with others through social media is often framed as a form of exhibitionism, in reality, it is often motivated by trust and intimacy. Studies show that electronic communication is primarily used to reinforce pre-existing relationships, especially by young people (Marwick, 2012, s. 384).

Her skriver Marwick at selve delingen ofte er motivert av tillitt og intimitet. Dette kan se ut til å stemme i Jenny sitt tilfelle, og det er noe Rolf også er svært opptatt av. Han nevner ved

flere anledninger hvor viktig *relasjoner* er for hva han velger å dele med hvem. Jo sterkere relasjonen hans er med en person, jo mer deler han av livet sitt, og blir mer opptatt av å følge med på dem i gjengjeld.

At deling, gjerne blant unge, handler om en kombinasjon tillitt og intimitet, er noe datamaterialet i dette prosjektet er et eksempel på. Marwick skriver også at delingen i sosiale medier ofte handler om å styrke allerede eksisterende forhold blant unge. Dette understreker flere av informantene, særlig Jenny, som sier at hun i utgangspunktet er aktiv i sosiale medier «for å opprettholde kontakt og vennskap med folk».

Vennskaps-aspektet er også av relevans når det gjelder å diskutere overvåkings-temaet med andre individer. Jenny forteller at hun noen ganger diskuterer det å beskytte seg mot overvåking med vennene sine, og at hun pleier å anbefale venner å ta av geolokasjonen på Snapchat (*Snapmap*-funksjonen) og råder venner til å ikke poste alt av innhold.

Å være litt mer forsiktig med ka de legger ut da. Men og sånn, at eg har diskutert med folk at vi har vært bekymret for at og den og den skal se ka vi legger ut. For da vil den ta kontakt med oss og det er gjerne en vi ikkje har lyst å ha kontakt med, for eksempel sånn som den gutten eg fortalte om da, som søkte meg på Instagram og så på snap-streaken.

Når jeg spør Helene om hun pleier å snakke med venner om hvordan de kan beskytte seg for overvåking forteller hun at de heller pleier å diskutere hvordan de kan stalke andre individer. Her har de to informantene, Jenny og Helene, ulike motiver for å snakke om overvåking med venner. Jenny vil at vennene skal beskytte seg mot overvåking, mens Helene snakker med vennene om hvordan de kan stalke andre. Selv om både Jenny og Helene har opplevd å bli stalket, så er Jenny mer negativt påvirket av opplevelsene enn Helene. Jenny vil beskytte seg, mens Helene vil finne ut mest mulig om andre. Det kan se ut til at Helene tar lettere på stalkingen, og ser på det som en aktivitet som er «innafor», og som hun gjerne gjør med venner. Mens Jenny heller forsøker å få vennene til å beskytte seg, og henne selv, ved å ikke eksponere seg for mye i sosiale medier. Dette viser at samme opplevelser med stalking eller overvåking ikke nødvendigvis fører til samme praksis rundt beskyttelse.

6.2.1. Geolokasjon

Flere av informantene har endret sine vaner når det gjelder egen bruk av Snapchat sin funksjon *Snapmap*, hvor det kan gjøres tilgjengelig for andre brukere hvor du befinner deg geografisk til enhver tid. På Snapmap kan man selv velge ut hvem som kan se hvor du er, og det kan tas av og på når som helst. Helene forteller om sin bruk av Snapmap.

På Snapmap då, så har eg sånn periode der eg kan ha på map, men så har eg og perioder der eg blir stresset over at alle eg har på snap skal se kor eg e og kortid eg var aktiv, så no har eg det egentlig avslått for sånn alle utenom fem stykk.

Men det hender også at hun skjuler lokasjonen sin for de utvalgte vennene også.

Noen ganger hvis eg for eksempel har avlyst noen planer, føler eg at eg vil skjule meg på map, i tilfelle eg drar på butikken eller noe og så får de det med seg og så begynner de å tenke..

Helene vet altså at vennene hennes sjekker hvor hun er på kartet på Snapchat, og om hun skjuler lokasjonen sin så spør de ofte hvor hun er. Hun har kartfunksjonen på «*egentlig for å please de litt*». Vennene til Helene kommer uansett til å spørre henne hvor hun er, så da kan hun like godt gjøre lokasjonen sin tilgjengelig for dem. Selv sjekker hun også kartet daglig, og sier at slik overvåker hun selv sine venner og bekjente, til en viss grad. Dette tenker Helene er greit, da de som ikke vil at hun skal se hvor de er bare kan ta av kart-funksjonen. Men er det så enkelt? Helene sier jo selv at hun viser sin lokasjon for å «please» (forstått som «å gjøre noen fornøyd») vennene sine, så kan det være at det er et visst press her på å vise hvor en befinner seg? Eller ønsker Helene egentlig å bli sett, men bruker vennene sine behov som en unnskyldning? Det å innrømme at en ønsker å bli sett i sosiale medier kan muligens sees på som en «uavklart norm» her? Det er kanskje ikke «innafor» å innrømme at en ønsker å bli sett? Alle informantene deler informasjon om seg selv, og selv om presset fra andre helt klart er tilstede, så er nok behovet for å bli sett også reelt her.

Flere av informantene har tidligere latt alle sine «venner» på Snapchat se hvor de befinner seg via Snapmap, men har nå endret det til at kun noen få utvalgte venner, og gjerne partnere, kan se hvor de er. Even sier at noe privatliv må han ha, og at derfor lar han ikke alle se hvor han befinner seg, men at det er greit at samboeren og noen venner ser hvor han er. Det samme

sier Henrik. Begge to mener at det er praktisk at samboeren kan se hvor de er, og at de lar de nære vennene se lokasjonen sin fordi det er gøy. Henrik har ikke opplevd noe ubehag med Snapmap, men han får noen ganger spørsmål om hvor han er, om vennene hans ikke kjenner til hans forbindelse til stedet han er på kartet.

Anna har skrudd av sin lokasjon på Snapmap, delvis på grunn av at folk ikke skal vite hvor hun er i jobbsammenheng. Tidligere kunne vennene hennes se hvor hun befant seg til enhver tid, og de merker nå at hun ikke lenger viser hvor hun er. Anna forteller at noen av vennene hennes følger med. «*Eg har ei venninne som bare sånn: ja nei jeg tørr ikke ringe deg lenger for jeg kan ikke lenger se om du er hjemme eller på jobb - da skjønner jeg jo at de følger litt med*». Men det hender at hun selv sjekker Snap-kartet for å se hvor venner er, for eksempel om hun lurar på om det passer at hun ringer en venninne. Så i Anna sitt tilfelle kan det se ut som at hun og vennene bruker Snap-kartet på samme måte.

Andre bruker Snap-kartet til litt andre praksiser. Karen bruker også Snapmap funksjonen, men har for øyeblikket det kun tilgjengelig for to eller tre stykker. Noen ganger gjør hun lokasjonen sin tilgjengelig for alle. Dette gjelder særlig om hun ønsker at spesifikke personer skal kunne se hvor hun er, og slik begynne å lure på hvorfor hun er der. Hun forklarer dette med å vise til et eksempel hvor hun tok en annen buss enn den hun egentlig skulle ta, slik at hun kom til et spesifikt sted på kartet på Snapchat, slik at en spesifikk person skulle kunne se at hun hadde vært der. Hun lar da også være å bruke Snapchat etter at hun har vært et sted, slik at det da står at hun har vært på det stedet i flere timer (fordi hun ikke har oppdatert/brukt appen) selv om hun kanskje i realiteten kun var der i to minutter. Karen vil at de som ser henne på kartet skal bli nysgjerrig og lure på hvorfor hun har vært steder hun ikke pleier å være. Dette er noe hun har primært har gjort i sammenheng med kjærlighets-interesser. Karen bruker denne funksjonen for å skape nysgjerrighet og oppmerksomhet rundt sin egen person.

Rolf er som nevnt også bruker av Snapmap. Han sier at han sjekket det mye oftere før, men innrømmer at han enda brukere det til å sjekke for venner befinner seg.

For å se hvem folk er med, eller henge med. Eller om noen er på jobb, så om David er på jobb for eksempel så kan jeg se det på Snapmap, og så slipper man å sende den ekstra meldingen, så da kan jeg vente til klokken tre og så sende melding da om han har lyst til å henge. Så sånn

kan det være litt praktisk, men samtidig det er jo overvåking da. Men de har jo valgt å ha det på selv.

I likhet med Helene tenker da Rolf at siden vennene hans har valgt å vise lokasjonen sin på Snapmap, så er det da greit å følge med på hvor de er. Rolf har også, slik Helene var inne på, tenkt over når andre slår av lokasjonen sin plutselig.

Det spørs jo som sagt relasjonen da, om det er en person du liker og de plutselig er av Snapmap og sånn, hva er det den personen gjør nå, prøver den å unngå meg?

Rolf nevner også at det kan bli nysgjerrighet om venner slår av Snapmap når de skal på date. Han forteller at folk, inkludert han selv, er veldig observante her, og legger fort merke til om noen «forsvinner» fra Snapmap, og blir da enda mer nysgjerrig på å vite hvor de befinner seg og hva de gjør.

Det Rolf viser til her kan muligens kategoriseres som en slags *avhengighet*. Om han blir vant til å kunne se hvor visse individer befinner seg til enhver tid, og om de da skjuler hvor de er kan det føre til at han mister kontroll over overvåkingen. Rolf er vant til å ha kontroll, hva skjer så når han mister denne oversikten over hvor folk befinner seg?

6.3. Det er behov for beskyttelse, og for kontroll over eget publikum

Flere av informantene har behov for å beskytte seg mot overvåking og stalking i sosiale medier, fordi de vet at venner og andre i mange tilfeller følger nøye med på hva de poster, og hvor de er geografisk.

Konkrete tiltak for beskyttelse ser vi særlig i eksempelet med informanten Jenny. Hun har flere kontoer innenfor de samme sosiale mediene, slik at hun kan eksponere seg fritt i den ene hvor hun kun slipper inn en liten vennekrets. Jenny har blitt påvirket av negative opplevelser med overvåking, og ønsker å beskytte seg. Informanten Helene blir ikke like påvirket, og gjør overvåking av andre til en aktivitet, gjerne sammen med venninner.

Snapchat, med sin kartfunksjon, er en stor arena for overvåking. Og man kan trygt si at Snapmap-funksjonen legger opp til overvåking, og brukes til overvåking i informantenes

kretser. Her beskytter informantene seg ved å slå kartet av for utvalgte individer, og fjerne seg fra kartet i noen situasjoner.

Det å beskytte seg fra andres nysgjerrige blikk er noe flere informanter til tider forsøker å gjøre. Men ønsker de å skjerme seg for overvåking, eller vil de egentlig bli sett? I neste kapittel skal vi se på hvordan informantene forholder seg til det å bli observert av andre, og hvordan de skaper en fasade, eller et image, i sosiale medier.

7. Fasade & Image

Om informantene er opptatt av å bli sett i sosiale medier, tenker de da over *hvordan* de blir sett?

Sosiale medier gir brukere muligheten til å konstruere en identitet, som ikke nødvendigvis er den samme identiteten som de har utenfor sosiale medier. Å konstruere en identitet utenfor den private sfæren er et konsept Erving Goffman introduserer i *The Presentation of Self in Everyday Life*. På Goffman sin tid hadde de ikke sosiale medier, men teorien til Goffman om «front stage» og «back stage» er likevel relevant å se på i sammenheng med sosiale medier og *image* som fenomen.

Som nevnt i kapittel 2 så ser Goffman på alle individer som skuespillere, som opptrer foran et publikum (Bullingham & Vasconcelos, 2013). Dette publikummet kan variere fra situasjon til situasjon, og da vil også opptreden endres, ut ifra hvilket image individet ønsker å vise til publikummet. Goffman forklarer denne opptreden som noe som skjer på «front stage». «Back stage» er hvor individet kan slippe masken og ikke tenke på å fremstille seg på en viss måte.

Teorien til Goffman kan overføres til brukere av sosiale medier, da de i aller høyeste grad kan sees på som skuespillere som opptrer. Ida Aalen mener at sosiale medier har to viktige egenskaper som gjør brukerne motivert til å gjøre et godt inntrykk. De har potensielt et stort publikum, og publikummet er ikke bare tilfeldige mennesker, men folk du må forholde deg til og gjerne treffe regelmessig (Aalen, 2015). Sosiale medie-brukere konstruerer en identitet, eller en fasade, med hvert bilde og med hver bit av informasjon som postes. Goffman mener ikke nødvendigvis at det et individ viser på *front stage* ikke kan stemme overens med hvilken person en er *back stage*. Men det gjøres likevel en overveielse hos alle brukere på hvilke deler av seg selv de ønsker å vise til omverdenen, og hva de ikke ønsker å vise.

Videre skal vi se på hva informantene tenker om eget, og andre brukeres, image i sosiale medier. Synlighet på nett, og hvordan informantene oppfatter skillet mellom den private sfæren og offentligheten i sosiale medier blir også tatt opp her. Sendes innholdet bare ut i et stort «svart rom», eller vet man hvem som er publikum?

7.1. Informanter om «image» i sosiale medier

Flere av informantene uttrykker tidlig i intervjuene at de ikke er særlig opptatt av hvilket image de viser i sosiale medier. Senere i intervjuene kommer det likevel ved flere tilfeller frem at de er litt opptatt av image likevel.

Dette viser for eksempel en av de mannlige informantene, Even, når han først sier at han ikke har noe opplevelse av at han blir vurdert av andre basert på det han poster i sosiale medier. Han forteller at *«det bryr jeg meg veldig lite om»*, og legger til at han brydde seg nok mer før, *«før jeg liksom fant ut hva jeg likte og sånn, og hvilken person jeg ville være, då var jeg nok mer mottagelig for andres vurderinger av meg selv»*.

Senere i intervjuet uttrykker Even at han noen ganger har stusset over om han skal legge ut bilder av seg selv i sosiale medier, om bildet er «verdt» å legge ut, og her sier Even at *«jeg e nok litt mottagelig for ka andre synes om bilder, at det er en viss standard.. eller om det har verdi å vise»*, og når han blir spurt om hvilke kriterier som skal til for at et bilde skal postes så sier han igjen at bildet må ha «en viss verdi». Det skal også være fint, fordi *«man vil jo opprettholde et visst image, at livet skal være glamorøst, at bildet skal være gøy eller, at det skal ha litt verdi da»*.

Det at Even først uttrykker at han ikke er opptatt av å vise et visst image, men senere innrømmer at han er litt opptatt av det likevel, kan kanskje være fordi det kan være vanskelig å innrømme at en bryr seg om hva andre tenker og mener. Flere av informantene sier at de brydde seg mer om image og hva de postet da de var yngre, men at de har vokst fra dette nå. Likevel kommer det frem at hvordan en fremstiller seg selv i sosiale medier fortsatt står ganske sterkt hos mange informanter.

En annen informant, Jenny, er opptatt av å fremstå som en «gøy person», noe flere andre informanter også er mener er viktig. Jenny forklarer.

Eg vil jo fremstå på en viss måte, og eg skjuler mye på kordan eg egentlig har det, at eg poster det som e bra og det eg syns e gøy og sånn på en måte, eg vil jo fremstå som en gøy person når eg legger ut ting.

Det at andre vurderer deg basert på det du poster er noe Jenny har kjent på.

Når eg legger ut noe på Instagram for eksempel, så har eg jo en god del følgere, så eg er jo veldig sånn obs på ka eg legger ut, og eg e veldig nøye på å se gjennom bilder som eg legger ut, for eg e jo redd for å bli dømt, eller, for eg og gjør jo det selv, hvis noen legger ut noe rart, eg gjør jo det samme, at eg kan sende det til noen andre og diskutere med andre og si, gu, se ka de la ut, men eg vil ikke at folk skal gjøre det med meg, selv om eg gjør det selv, men det er jo definitivt andre som gjør det òg da.

Jenny ser da på seg selv slik hun tror andre vil se på henne, basert på egne praksiser. Her får hun et internalisert blikk. Dette med å internalisere, og skape egne praksiser basert på det en vet andre gjør, er noe både Andrejevic (2005) og Marwick (2012) snakker om i sammenheng med overvåking. Du overvåker selv andre, du vet at andre overvåker deg. Derfor poster og deler, i dette tilfellet Jenny, basert på hva hun tenker om andres innhold. Om Jenny da dømmer andre, så vet hun at andre dømmer henne, og velger innhold deretter.

En annen informant, Helene, er redd for at folk skal tro at hun er veldig selvopptatt, basert på det hun poster på Instagram;

Siden jeg poster så mye bilder av meg selv, og ikke så mye om annet, så prøver jeg å kompensere av og til med litt sånn captions, som e litt ironiske, for å vise at jeg har selvironi, at ikke jeg, nei jeg vet ikke hvordan jeg skal forklare det, men jeg er ikke så selvopptatt som det kanskje, som det ser ut på Instagram..

Det ser ut til at flere av informantene er svært opptatt av hva de viser på «front stage», og er redd for å bli dømt for den opptreden de eventuelt viser der. Informantene er klar over at de har et publikum. Om en ser det fra Goffman sin teori her så opptrer informantene på en viss måte ut ifra de konvensjonene som de tror er gjeldende for deres publikum. Opptredenen konstitueres gjerne da *for* eller *i* dette publikummet.

Helene uttrykker altså at hun er redd for at folk skal tro hun er selvopptatt. Det kan da se ut som at hun er redd for å vise et annet uttrykk enn hun ønsker, derfor kompenserer hun her med å skrive tekst under bildene, i et forsøk på å ha mer kontroll over det uttrykket som gis. Goffman mener at om man ikke lykkes i å *gi* det uttrykket man ønsker, og *viser* et annet uttrykk, så kan dette føre til at en *mister ansikt*. Det kan se ut som at Helene prøver å gi

uttrykk for, med sine ironiske captions, at hun har selvironi, slik at hun ikke mister ansikt. Ifølge Ida Aalen (2015) kan selvframstilling i sosiale medier ofte handle om å se bra ut, og det sentrale motivet er den ene personen. Aalen sier at om en poster bilder hvor det er tydelig at en forsøker å se bra ut, risikerer en å bli oppfattet som *selvsentrert* og *forfengelig* (Aalen, 2015, s. 75-76). Når Helene da iscenesetter bilder av seg selv, er sjansen for at hun ser bra ut stor, men det kan fremkalle et strengere blikk fra publikummet, som kan gjøre at hun fremstår selvopptatt.

Aalen (2015) mener, i likhet med Andrejevic (2005) og Marwick (2012), at hvordan vi fremstiller oss i sosiale medier kan påvirke hvordan vi ser oss selv, og at det kan føre til at vi ser oss selv med et blikk utenfra. Det at Helene ikke vil at imaget hennes skal vise at hun er selvopptatt kan henge sammen med dette. For selv om andre individer ikke sier noe til Helene om at hun er selvopptatt fordi hun bare poster bilder av seg selv, noe som er svært vanlig å gjøre i sosiale medier, så er dette likevel en oppfatning hun har av seg selv. Derfor føler hun behov for å *kompensere*, og vise at hun er mer enn bare utseendet sitt.

7.1.1. Hvilke kriterier skal være på plass før informantene poster noe?

Som nevnt i kapittel 2 så mener Goffman at *masken* som blir brukt på *front stage* og personen *back stage* er fasetter av samme individ. Det er da snakk om samme individ på front stage og back stage, men det må gjøres overveielser for hva som skal vises på front stage, og hva som kun hører til back stage.

Helene mener at det er mer press på hva man kan poste nå, når hun blir spurt om hvilke kriterier som skal være på plass for at noe skal postes på sosiale medier. Hun påpeker at det må se fint ut i feeden, og at det må være «*noe du vet andre kan sette pris på eller like*». Dette faller sammen med det Even sier om at det han poster må kunne ha en *verdi* for andre. Jenny mener også at det hun poster på Instagram må «*passe i feeden*», og at hun må se fin ut. For å være sikker på at bildet er bra nok zoomer hun inn på alle deler av seg selv for å sjekke om hun er fornøyd.

Even mener at det er en høyere standard for hva jenter kan legge ut i sosiale medier, at det er «*et helt annet syn på hvordan de skal være*», og at «*deilig-standard*» er en stor faktor her.

Karen er også opptatt av at det hun poster skal være fint, og at hun passer på å ikke poste *selfier* for ofte. Dette mener hun er viktig med tanke på image, men føler at hun ikke har så mye fokus på dette i forhold til noen venner av henne, som hun mener viser et veldig annerledes bilde, eller image, av seg selv i sosiale medier enn i virkeligheten. Karen mener at noen av vennene hennes er som en annen person på Instagram.

Anna har ikke så «voldsomme kriterier» ifølge hun selv, annet enn at det bør være et fint bilde om hun skal poste det, at det er skal være «brukbart». Anna sier også at hennes image har endret seg en del med alderen. Tidligere var hun opptatt av å vise en noe villere livsstil, med konserter, fester og moro, men at nå i det siste har det blitt mest «turgreier», i tillegg til litt «morsomheter». Hun konkluderer her med at hennes image er at hun er glad i å være ute. Det er altså ikke det samme imaget, eller uttrykket, som gjelder nå lenger, men det er likefullt et image.

Det kan se ut til at Even sin påstand om at det er andre kriterier for hva jenter kan eller bør legge ut i sosiale medier har rot i virkeligheten. Flere av de mannlige informantene virker mer avslappet når det gjelder hva som kan legges ut. Preben sier at det han skal legge ut må være interessant, at det må passe med personen som legger det ut, eller passe med «karakteren». Det må altså passe til resten av hans image, men utover at det skal være interessant så har han ikke mange kriterier her. Henrik er av noe samme oppfatning her, da det han poster må være noe han kan stå inne for, i tillegg til at han må være fornøyd med bildet og gjerne ha en fengende tekst.

Even er også av den oppfatning at jenter legger ut mer lettkledde bilder av seg selv, og at de viser seg frem, noe som ifølge han selv kan «trigge folk», og føre til «sånn cyber-love». Even mener også at det i noen tilfeller kan føre til at jenter blir stalket, noe han vet folk han kjenner har opplevd.

Det å legge ut lettkledde bilder er noe både Helene og Jenny har reflektert rundt. Da Helene ble spurt om hun hadde slettet bilder hun hadde postet svarte hun at hun hadde lagt ut et bikini-bilde for to år siden, men så synes hun det var litt for drøyt, så da fjernet hun det. Jenny hadde nylig vurdert å legge ut noen videoer der hun badet, kun iført bikini. Her valgte hun til slutt å ikke legge det ut, fordi hun følte at hun ikke vil legge ut «for mye» av seg selv. Både Helene og Jenny har opplevd å bli stalket, eller overvåket, av individer de ikke kjenner eller

er venner med, noe som kan være én av forklaringene til at de tenker seg om en ekstra gang før de legger ut mer eksponerende bilder eller innhold om seg selv.

7.1.2. Korona-image

Har bruken av sosiale medier endret seg som følge av Covid-19 og nedstenginger i samfunnet?

Rolf forteller at han følger mer med i sosiale medier nå i forhold til før korona-pandemien. «*Man er kanskje mye mer på mobilen nå enn man var for ett år siden, rett før korona kom til Norge*». Men Rolf mener at det ikke deles like mye mer innhold som før. «*For før var det jo masse stories når det var fredag eller lørdag. Det var gøy før når man var hjemme å se på stories at folk er ute og sånn, men nå skjer jo det aldri lenger.*»

Men er det utelukkende fordi det skjer lite at det ikke blir postet like mye innhold fra fredag eller lørdags-kvelden i sosiale medier, eller ønsker ikke folk å poste når de er sosiale i like stor grad som før?

Korona-politiet, i form av venner, familiemedlemmer eller lokale «sladrekjerringer» følger nøye med når folk legger ut bilder og viser at de er sosiale, særlig når restriksjonene på hvor mange nærkontakter en kan ha er strenge.

Henrik forteller meg at når han i sommer var på noen samlinger med venner, selv om det ikke var mye smitte, så ønsket han ikke at det skulle bli lagt ut bilder av det sosiale medier.

Då var eg veldig sånn: eg vil ikkje bli tatt bilde av [ler] på en måte, at då var det veldig sånn «eg e ikkje her» på en måte, det var jo litt sånn, selv om det ikkje var smitte i sommer så var det jo litt sånn tabu, du skulle ikkje være med for mange folk, selv om det eg var på var jo akkurat 19-20 personer, så det var jo, alt var jo innenfor, men likevel var det ett eller annet inni meg som var litt sånn der, eg var ikkje helt komfortabel med det.

Så selv om sammenkomsten Henrik var på var innenfor grensen på 20 personer, så kjente han likevel på et behov for at det ikke skulle bli lagt ut bilder av han i sosiale medier. Dette kan handle om hvordan noe kan se ut i sosiale medier, og hvordan ting kan misoppfattes for eksempel. Henrik forteller videre hvordan han forholdt seg til denne situasjonen.

Eg husker eg var sånn, eg sa til folk at eg ikkje kom til å poste noe og, de var jo på en måte enig, så det var nesten ingen som postet noe særlig heller, og det e jo litt banalt og veldig sånn skjult sammenkomst og sånn da, men kanskje det har hatt litt å si då.

Den «normale» praksisen med å poste bilder fra en sosial setting ble da veid opp mot behovet for å vise at de var opptatt av å være gode borgere og følge korona-restriksjonene. Her valgte Henrik og vennene bort synligheten i sosiale medier, og konkluderte med at behovet for å vise verden at de var sosiale ikke var stort nok til å risikere misforståelser rundt det å følge korona-reglene.

Helene lot heller være å delta i en sammenkomst på grunn av hvordan det potensielt kunne se ut med tanke på korona.

Så var eg invitert på et julebord på lørdag, med en jentegjeng, og eg vet at de er veldig aktiv på sosiale medier, og de har lagt ut veldig mye når de har møttes nå under korona, og da har ikke eg vært med, og det er jo mye på grunn av at eg ja, ikke har lyst å bli syk, har lyst å være med på denne dugnaden, og så en stor del av at eg ikke blir med på julebordet på lørdagen er at eg vet at de kommer til å poste det på sosiale medier, og så vil ikke eg, eg vil ikke at folk skal se på meg som en som ikke bryr seg om reglene.

I Helene sitt tilfelle var det ikke mulig å ikke bli eksponert i sosiale medier om hun deltok på sammenkomsten, og hun valgte derfor å ikke delta. Helene sitt image, og å vise at hun bryr seg om reglene, er da viktigere for henne enn å være sosial sammen med vennegjengen.

Karen hadde også kjent på, i likhet med Henrik, at hun ikke ville at det skulle postes bilder fra sammenkomster, selv om antall mennesker som samlet seg var i tråd med reglene. Eksemplene over viser at sosiale medier, og posting av bilder og annet innhold der, ikke alltid gir positiv oppmerksomhet til de innholdet handler om. Det at det sosiale livet er synlig på nett skaper da utfordringer for det sosiale livet generelt. Videre skal vi se på hvor synlige informantene tenker de er på nett, og hvilket publikum de tror de forholder seg til i sosiale medier.

7.2. Synlighet på nett

Lyon nevner *synlighet* som et av de viktigste aspektene ved overvåkingskulturen.

Anerkjennelse er også et relevant begrep her, ifølge Lyon (2018, s. 179-181), da det å poste innhold i sosiale medier for mange handler om nettopp det å bli anerkjent, enten for noe de har gjort, eller for hvem de er. Men for å bli anerkjent, må en være synlig. Synlighet er blitt en stor del av dagliglivet, og det å være synlig, og det å se, henger tett sammen. Uten å bli sett kan man ikke bli gjenkjent eller identifisert.

Dette betyr ikke nødvendigvis at en må være synlig på nett og i sosiale medier for å bli gjenkjent eller anerkjent, men å ikke være tilstede på nett i dagens digitale samfunn vil for mange være utenkelig, både med tanke på det sosiale livet til individer, men også i mer profesjonell sammenheng.

Lyon mener det er mulig, om man legger litt arbeid i det, å være relativt usynlig *online*, slik man også kan være mindre synlig *offline*, om man ønsker det. En kan lese flere historier om folk som fikk nok av presset, og synligheten, som kommer med sosiale medier, som da førte til at de logget helt av. Det kan potensielt få store følger for individer, sosialt, å ikke være deltaker i sosiale medier. Det kan også bli en stor forskjell blant individer, grupper og potensielt samfunn, om noen er *supervisible* (Lyon, 2018, s. 180) på nett, mens andre er så og si *usynlige*.

Det som skjer når noen individer, eller grupper, velger å ikke være del av det sosiale felleskapet som tar sted i sosiale medier, er at det skapes sosiale økosystemer (Marwick, 2012) hvor noen er del av visse systemer og andre er utenfor. Dette er uavhengig av geografi, men heller avhengig av hvor synlig og deltakende individer eller grupper er på nett og i sosiale medier.

Trine Syvertsen (2020) peker på personvern (privacy) som en mulig årsak for å ikke ønske å være synlig på nett og i sosiale medier. I boken *Digital Detox* skriver Syvertsen at personvern kan være et stort motiv for å slutte eller kutte ned på aktivitet på nett og i sosiale medier. Ønsket om personvern, eller privatitet, i sosiale medier handler gjerne om følelsen av å bli invadert av andre individers private informasjon, som ofte er banal, pinlig eller uinteressant. En annen grunn kan være et ubehag som oppstår når en deler egen privat informasjon uten å

vite hvordan informasjonen vil bli brukt i ulike kontekster. En tredje grunn for ønsket om personvern kan være hvordan plattformer selger og bruker data uten godkjenning. Dette er en voksende bekymring hos mange, sett i etterkant av flere personvern-skandaler hvor selskaper deler data videre uten å oppgi dette på forhånd (Syvertsen, 2020).

7.2.1. Er sosiale medier en del av offentligheten?

Jeg var interessert å finne ut hvordan informantene tenkte på synlighet når det kommer til posting i sosiale medier. Når informantene poster innhold i sosiale medier, tenker de da at det er ute i offentligheten?

Flere informanter, blant annet Henrik, har tenkt litt på dette.

Det er jo på en måte ute i offentligheten, på en eller annen måte kan man jo sikkert finne det, men det er jo kun en del-offentlighet samtidig, fordi at det er mine lukkede samfunn, det er kun de som er venner med meg som kan se hva jeg poster, så det er jo en lukket offentlighet, samtidig som hadde jeg bare åpnet opp for det så kan alle se det, så det er jo bare en knapp så kan jeg åpne opp for at alle ser det, så det er ikke langt unna for at det er i offentligheten.

Her nevner Henrik to interessante begreper, *del-offentlighet* og *lukket offentlighet*. Jostein Gripsrud (2015, s. 39) kaller Facebook og andre sosiale medier for en *halvoffentlig sfære*, hvor det foregår private samtaler som kan overhøres av nesten hvem som helst. Gripsrud spør om sosiale medier både er privat og offentlig på samme tid, og at det best kan sammenlignes med å være «konstant på kafé». En slik halvoffentlighet krever at deltakerne tenker på grenser for hva man kan vise frem og hva man bør holde for seg selv.

Begrepet *halvoffentlig* beskriver synligheten i sosiale medier på en god måte. For selv om innhold på den ene siden kan være offentlig, så er det mye som går under radaren, og mye som kun vises til et gitt antall personer.

Andre informanter, både Anna, Helene og Preben, kategoriserer sfæren i sosiale medier som en form for offentlighet, men ikke som en tradisjonell offentlighet. Preben kategoriserer det som «en mindre del av offentligheten», fordi seerne må være innenfor de ulike sosiale nettverkene for å få det med seg. Anna peker på Snapchat som en del-offentlighet, fordi der har du de individene du har godkjent, og det samme gjelder Instagram. Anna mener at selv

om du har en lukket profil, så er det *egentlig* offentlig, fordi det ikke skal mye til for å finne det. Her ser det ut til at Anna mener at om det først er ute på plattformen, så er det i en form for offentlighet. Helene sier også at hun tenker det går ut til offentligheten når hun poster noe, for «*hvem som helst kan jo faktisk se det*».

Et interessant aspekt som kom frem i ett av intervjuene, var hvordan informantene Even tenker om sosiale medier og offentlighet. Han sier at siden han har privat profil på Instagram og Facebook, så er han «*unntatt*» og «*til en viss grad anonymisert*». Når Even sier at han er unntatt, forstås det her som han mener at han er «*unntatt for offentligheten*». Even er den eneste av informantene som uttrykte at det han poster i sosiale medier ikke når ut til offentligheten. Det at Even sier at han til en viss grad er anonymisert i sosiale medier er interessant. Flere av de andre informantene har private profiler i sosiale medier, men de har ikke helt samme syn som Even her. Men dette betyr ikke nødvendigvis at Even ikke bryr seg om image i sosiale medier på samme måte som de andre informantene. Det å ha en anonymisert profil, eller image, i sosiale medier er også en type image.

Som vi har sett tidligere i analysen, i sammenheng med både beskyttelse og image, så overveier informantene ofte svært nøye hva de poster eller gjør tilgjengelig i sosiale medier. Informantene vurderer altså hvor *synlige* de ønsker å være i offentligheten. Synlighet er noe informantene til en viss grad ønsker å ha, men samtidig kan det i noen situasjoner ha negative virkninger å være synlig. Gripsrud peker på viktigheten av *overveielser* med tanke på posting i sosiale medier, og det ser ut til at de fleste informantene til en viss grad er påpasselige med hva de poster i sfæren som er sosiale medier.

7.3. En kommer ikke utenom et image

Som nevnt innledningsvis i dette kapittelet gir sosiale medier brukerne muligheten til å konstruere en identitet, i form av et *image*. Det å vise at en bryr seg om hvilket image, eller uttrykk, de gir til publikum i sosiale medier er ikke noe alle informantene er komfortable med. Likevel er det tydelig at alle informantene er opptatt av dette, skjønt i ulike grader. Særlig de kvinnelige informantene vet hvor mye det snakkes om hva som postes i sosiale medier, av egen erfaring, og tenker da gjerne ekstra mye over hva de poster. Flere informanter mener det er høyere krav for hva jenter kan poste i sosiale medier.

Noen informanter mener at det som postes skal ha *verdi* for andre, eller gi noe, i form av underholdning for eksempel. *Synlighet* er viktig her. Informantene ønsker å være synlige, samtidig som de ikke vil at synligheten skal ha negative virkninger. Image i sosiale medier er komplekst. Det er ikke alltid like tydelig hvem som er publikum, og «dra-kampen» mellom synlighet og skjerming skaper utfordringer for informantene. Det å ville være synlig men samtidig ha en tydelig privat sfære er også et viktig aspekt. I neste kapittel skal vi se på hvordan informantene forholder seg til privatliv, og det å ha et personvern i hverdagen på sosiale medier.

8. Personvern i hverdagen

I kapittel 2 ble det gjort rede for hvorfor personvern er viktig for et sosialt menneske, og hvordan reglene rundt personvern og deling av personopplysninger har blitt strammet inn. *Personvern*, samt det engelske begrepet *privacy*, er omfattende begreper som ikke alltid blir oppfattet på samme måte av ulike aktører. Tilnærmingen til personvern i sosiale medier er ikke nødvendigvis den samme hos alle brukere heller. Mye tyder på at informantene mine ikke alltid vet når personvernet er gjeldende i sosiale medier. Det kan se ut til at det mangler noen normer for hvordan personvern skal håndteres mellom individer i sosiale medier. Dette kan være en av grunnene til at informantene ikke alltid setter andres personvern i første rekke, når de innhenter informasjon via stalking og overvåking.

I dette kapitlet skal vi se på hvordan informantene forholder seg til det å legge ut bilder av andre individer på nett, og det skal sees på hvilke normer som finnes rundt deltakelse i sosiale medier i sammenheng med å bli tatt bilde av. Videre skal vi se hva informantene tenker rundt det å bruke sosiale apper som lagrer den personlige informasjonen din, og hvordan informantene forholder seg til deling og synlighet i sosiale medier, og hvilke normer som er gjeldende her.

8.1. Å legge ut bilder uten samtykke

Som nevnt i kapittel 2 står det i Grunnlovens paragraf 102 at «*Statens myndigheter skal sikre et vern om den personlige integritet*» (Hovlid, 2016, s. 144). Frasen, «den personlige integritet», inkluderer i følge Hovlid retten til eget bilde. For pressen er det andre regler som gjelder, men enkeltindivider skal ikke publisere bilder av andre individer uten deres samtykke.

Likevel er det å publisere bilder uten å spørre venner og andre om det er greit en ganske vanlig praksis blant brukere i sosiale medier. Betyr det at alle synes dette er greit? Jeg spurte informantene mine hva de tenker.

Jenny forteller meg at det hender andre legger ut bilder av henne i sosiale medier uten å spørre på forhånd. Dette synes hun er «ganske ubehagelig».

Det er jo ikke noe kjekt hvis folk med åtte-ni hundre følgere legger ut et bilde du synes du ikke ser noe fin ut på eller en video du er helt åndssvak i, så er jo ikke det noe gøy.

For Jenny handler det ikke om et prinsipp om personvern og regler her, men mer om det at hun selv vil ha kontroll på, eller godkjenne, de bildene som blir lagt ut av henne, fordi hun ikke vil stilles i et dårlig lys. Jenny forteller videre om hvordan det kan føles når bildene er lagt ut, men at de som har postet bildene ikke vil fjerne de fra nettet.

Men det er jo litt sånn dumt da, når du spør om folk kan slette bilder og så gjør de ikke det. Det er noen ting som jeg tenker, de er ikke greit då, og de må respektere at jeg ikke vil at det bildet skal ligge ute, eller den videoen da.

Når Jenny har bedt noen om å slette bilder hun ikke vil ha på nett, men vedkommende ikke gjør dette, synes Jenny det kan være vanskelig å si i fra. «*Eg tørr jo ikke å gi beskjed om sånn alt for mye heller da..*» sier hun, og at hun heller «*spør igjen seinere*». Jenny blir ikke møtt med forståelse her, og vet ikke hvordan hun skal gå frem. Hvorfor blir hun ikke møtt med forståelse? Her ser det ut til at den formelle normen rundt personvern ikke passer inn. Reglene følges ikke, og mye tyder på at Jenny egentlig burde godta dette, sosialt sett. Det ser ikke ut til at det er «innafør» å spørre andre om å slette bilder. Mangler det normer her for å legge til rette for en redefinisjon av personvern på individ-nivå i sosiale medier?

Her kan det også være snakk om makt i de sosiale systemene som gjør at Jenny ikke ønsker å «mase» på venner om å slette bilder. Om hun føler de andre i denne relasjonen har mer sosial makt enn henne, kan det være vanskelig å be om sletting av bilder, rett og slett fordi Jenny ikke har den sosiale makten til å bestemme dette.

Ida Aalen (2015) linker dette opp mot Goffman sitt begrep *face threats*, eller *ansiktstruende hendelser*. Ansiktstruende hendelser kan være hendelser som truer det inntrykket vi ønsker å gi, og som igjen kan føre til at en taper ansikt, som vi har vært inne på tidligere. Aalen mener at det kan sitte langt inne å be noen slette noe på nett, slik Jenny forsøkte å få til, fordi det er en konfronterende handling, som også kan være en ansiktstruende handling. Jenny ønsker ikke å presse på eller gi for sterk beskjed når det blir postet innhold om henne som hun ikke er komfortabel med. Her er det mulig at Jenny er redd for å tape ansikt, og at hun er redd for at hun gir inntrykk av at hun ikke er «med på leken».

I utgangspunktet skal en ikke publisere bilder av andre individer uten at de har gitt samtykke. Men i praksis spør sjelden brukere i sosiale medier hverandre om lov til dette (Aalen, 2015). Normen er vel heller blitt slik at om noen tar frem mobilen for å ta bilde, må man være svært tydelig på at man ikke ønsker å ha det på nett. Flere av informantene mener at denne normen er gjeldende i hverdagen.

Rolf mener at folk flest er innforstått med at bilder man tar i en sosial setting blir postet i sosiale medier.

Om man først tar et gruppebilde da, så tenker man jo at det skal brukes, at det skal legges ut på sosiale medier.

Dette er noe Henrik ser ut til å være enig med.

Har man vært på et eller annet sted så har man jo gjerne blitt tagget i et bilde uten at en hadde visst at en kom til å bli tagget, men du har jo vært med på bilde, postert på bilde, så du er jo ikke overrasket over at det ble postet.

Det kan se ut til at de mannlige og de kvinnelige informantene er noe uenig her. Informanten Even sier at det hender at kompiser legger ut bilder av han uten samtykke, men at det ikke er noe han har hatt behov for å få slettet. Even sier òg at han noen ganger mener det kan være unødvendig av andre å poste bilder, men at han ikke er særlig opptatt av å ha kontroll over hva som blir postet.

Som nevnt over synes Jenny det kan være dumt når andre ikke vil slette bilder av henne som hun ikke har godkjent. Det hender at Helene også opplever at det ligger ute bilder hun ikke er fornøyd med, men da skjuler hun det fra profilen sin, så det ikke kommer frem når folk søker opp navnet hennes.

Flere informanter er altså opptatt av å ha oversikt over, og forsøker å fjerne, bilder eller innhold av dem selv som de ikke er fornøyd med. Dette gjelder innhold *andre* individer har postet. Men hva med det innholdet man selv produserer, som blir lagret i de sosiale mediene? Er informantene bekymret for hvem som kan få tilgang til slikt «sosialt innhold»?

8.2. Det sosiale innholdet som blir lagret i appene

På Snapchat sender man bilder, eller korte videosnutter, som «forsvinner» etter at mottakeren har sett det. Chatten inne i appen forsvinner også etter at den er lest, om ikke brukerne velger at teksten skal lagres. Her er terskelen ofte lavere enn andre steder for hva man sender til andre individer. Man ser stadig tilfeller hvor Snapchat blir brukt til å sende nakenbilder for penger (Schibeavaag & Oppedal, 2020) eller til å selge rusmidler (Furunes & Rostad, 2018), blant annet. Dette er fordi mange brukere tenker at denne appen er mer «trygg» i forhold til andre chatte-apper, fordi den «glemmer» innholdet etter at det er sendt (Aalen, 2015).

8.2.1. Apper deler personopplysninger med tredjeparter uten samtykke

Men kan vi som brukere stole på at de appene vi bruker behandler personopplysningene våre, og det innholdet vi ser på og skaper, på en etisk måte? Sosiale medie-apper, og andre apper vi bruker daglig, samler inn svært mye informasjon om oss som brukere. Personopplysninger, og annen sensitiv informasjon, blir håndtert av ulike apper for å lage digitale profiler som brukes i målretting av reklame og andre budskap (Forbrukerrådet, 2020). Et viktig spørsmål her blir da om den informasjonen som deles med tredjeparter er godkjent av brukerne, eller om appene tar seg noen friheter her. Som nevnt i kapittel 2 undersøkte Forbrukerrådet dette i 2020, og resultatene i rapporten *Out of Control: How consumers are exploited by the online advertising industry* (Forbrukerrådet, 2020), viser hvordan flere populære apper står bak omfattende og systematiske brudd på personvernlovgivningen.

8.2.2. Hvilken aktør er informantene mest bekymret for, den kommersielle eller den sosiale?

Et par av informantene var mer bekymret for innsamlingen av data til annonsevirkosomhet, enn for innsamling av data i sammenheng med sosial overvåking. Preben var en av de informantene som ikke var så bekymret for at enkeltpersoner skulle overvåke han, men som mente at de kommersielle aktørene som samler inn data til annonsevirkosomhet er et «*større problem*». Slik begrunner Preben dette.

Det har med disse informasjonskapslene og lagring og så videre sant, rekkevidden e mye større akkurat der da.

Grunnen til at Preben er mer bekymret for kommersielle aktører enn for individer som stalker han, kan være fordi han ikke har opplevd noe ubehagelig i sammenheng med sosial overvåking. Men Preben har kjent på ubehaget når selskaper bruker dataene hans til annonser og lignende, og derfor kan det tenkes at han er mer opptatt av disse aktørenes overvåking.

Informanten Jenny er mer bekymret for den sosiale stalkeren enn den kommersielle, fordi hun har blitt skremt etter det hun har opplevd. Så for både Jenny og Preben ser det ut til at de har basert seg på erfaring med overvåking, når det gjelder hvilke typer aktører de er mest bekymret for, selv om de to informantene ikke er bekymret for samme aktør.

8.2.3. Er det først på nett, så er det på nett

Frasen «er det først på nett, så er det på nett» er en slags nettvett-regel som Helene kjenner seg igjen i. Hun mener at selv om det kan virke lett å ha oversikt og kontroll over hva som ligger ute om deg på nett, så er det nok vanskeligere enn man tror. Jeg spør Helene hva hun tenker om alt det sosiale innholdet som blir lagret i sosiale medier og på nett.

Det er jo egentlig problematisk då, for eg tenker sånn, egentlig så er det gøy å gå tilbake i meldinger og se, men så, om det skulle blitt lekket då, så er det jo total krise, for man snakker jo om så mye privat, og sensitiv informasjon og personlige ting på for eksempel Messenger, eller inne på Snap i chatten, som kanskje er veldig dumt om det blir lekket.

Som nevnt innledningsvis i kapittel 2 er det særlig fire aspekter som gjør privatliv utfordrende i sosiale medier; vedvarenhet, reproduserbarhet, skalerbarhet og søkbarhet (Aalen, 2015). I sammenheng med sosialt innhold som blir lagret er særlig vedvarenhet og reproduserbarhet relevant. Vedvarenhet handler om hvordan internett ikke glemmer, og reproduserbarhet om hvordan innhold enkelt kan kopieres. Disse egenskapene ved sosiale medier er selve grunnlaget for hvorfor informantene er bekymret for innhold som blir lagret på nett.

Jenny er redd for at individer hun har kommunisert med i sosiale medier tidligere skal dele samtalene deres med en tredjepart. Sannsynligheten for at dette skulle skje mener hun ikke er særlig stor, men det er likevel en underliggende bekymring for henne. I dag deler hun mye mindre med andre individer på nett enn hun gjorde da hun var yngre.

Henrik har også tenkt over innholdet som blir lagret i sosiale medier, i lys av hvordan det ble avslørt hvor mye informasjon Facebook har om brukerne sine. Henrik forteller hvordan han forholder seg til dette.

Derfor er det viktig at man ikke poster ting som man kan angre på, for mye nakenhet og sånn, og det gjelder jo også på Snapchat, det forsvinner jo ikke derfra selv om det forsvinner på en måte, det blir jo lagret en eller annen plass, men eg er veldig bevisst på det.

Henrik nevner også, i likhet med Jenny, at han tenkte mindre over hvor mye han delte da han var yngre, men at han likevel tror at det som ligger ute om han ikke kan krenke noen, og at det da er greit.

Anna har gått mer over til å chatte via SMS, fordi hun tenker det ikke skal så mye til for at innholdet «kommer ut» fra chatte-systemer i sosiale medier.

Det er nok en del på diverse chatte, Messenger, chattefunksjoner på Instagram, som folk ikke burde vite på en måte, som er private samtaler mellom et par personer.

Det å ha personlige eller private samtaler i chatte-funksjonene til ulike sosiale medier ser ut til å være svært vanlig, og det er også dette innholdet som informantene mener inneholder mest sensitiv informasjon, som de ikke ønsker skal bli delt med tredjeparter, eller bli «lekket». Problemet her er da om to individer skriver til hverandre på Messenger har de allerede delt det med en tredjepart; *Facebook*. Dette betyr ikke at Facebook kommer til å gjøre denne informasjonen tilgjengelig for andre, men *muligheten* vil alltid være der.

Rolf ser denne lagringen av informasjon fra et annet perspektiv. Han mener det kan være bra at informasjonen blir lagret på nett og sosiale medier, for om det skulle skje noe kriminelt så kan denne informasjonen «*blir brukt til gode ting, en etterforskning og sånn, så kan man jo grave, eller de som har autoritet til det da kan grave, og det kan jo være positivt da, og negativt*». Her ser det ut til at Rolf mener at en slik «graving» kan være positivt for et eventuelt offer, men negativt for de som gjør noe kriminelt.

Even mener også at det kan være problematisk med alt innholdet som er lagret om noen bruker informasjonen på en negativ måte. Den største bekymringen til Even her er at

passordene hans blir lekket. Men her sier Even igjen at «*som sagt så e det jo litt sånn ute av syne ute av sinn*», og at han derfor ikke tenker så mye på det når han har valgt å være en deltaker i sosiale medier.

Altså den beste måten (å beskytte seg) e jo bare å ikkje være der. Men det e jo nesten ikkje et alternativ for alt henger jo sammen med hverandre. Eg tror om man først e inne i det så e det litt sånn, da har de informasjon om deg.

Om man forstår Even rett her tenker han da at om man først har valgt å være på sosiale medier så er informasjonslagring, og potensiell deling med tredjeparter, baksiden av medaljen, *take it or leave it*.

8.3. Oppsummering – på hvilke måter er informantene opptatt av personvern?

Som jeg nevnte innledningsvis i dette kapittelet er personvern et omfattende begrep. De formelle reglene, eller normene, for personvern og deling av bilder uten samtykke er klare. Men informantene har ikke nødvendigvis implementert disse normene når de deler innhold om andre i sosiale medier. Det kan se ut til at det mangler noen normer for hvordan individer skal forholde seg til personvern i sosiale medier.

Selv om informantene ikke er veldig opptatt av andre individers personvern, så er de i noen tilfeller opptatt av eget personvern. Vedvarenhet og reproduserbarhet (Aalen, 2015) er to typiske aspekter ved sosiale medier som henger sammen med informantenes bekymring rundt eget personvern. Internett glemmer aldri, og innhold kan kopieres og deles videre.

De ser ut til at de kvinnelige informantene er mer opptatt av eget personvern sammenlignet med de mannlige informantene. Men kvinnene er ikke nødvendigvis veldig opptatt av andre individers personvern, når det kommer til stalking i sosiale medier. Som vi så i kapittel 6 og 7 har de kvinnelige og mannlige informantene litt ulike tilnærminger til beskyttelse og image. Dette var noe jeg fant interessant. Derfor vil neste, og siste, analysekapittel ta for seg ulikhetene jeg fant i analyseringen av datamaterialet, i sammenheng med kjønn.

9. Forholder kvinner og menn seg ulikt til overvåking i sosiale medier?

Vi har nå sett på hvordan informantene forholder seg til stalking og overvåking i sosiale medier og hvordan de bruker, og tar vare på, informasjonen de får om andre individer via sosiale medier. Informantene er alle opptatt av image og fasade, til en viss grad. Noen av informantene mener det er ulike krav som stilles til kvinner og menn, når det gjelder hvordan det er forventet at man fremstiller seg i sosiale medier. Med utgangspunkt i det analyserte materialet i denne studien er det mye som tyder på at dette stemmer.

9.1. Kvinner, menn og image

Rolf forteller meg at han tror jenter og gutter tenker ulikt når det kommer til posting av bilder i sosiale medier.

Gutter er kanskje mer kjent for å gi litt mer faen, mens jenter er mer sånn at de overtenker da. Og så har de kanskje lagt ut mange bilder av seg selv som er kjempe pene, og så kommer det bilder de er tagga i da som de selv tenker er stygge da, og de har ikke lyst til å ha det ute da.

Rolf sier at han tror dette henger sammen med image, og at særlig jenter er veldig opptatt av å holde på det imaget de selv prøver å skape i sosiale medier, og derfor vil ha kontroll på hva andre legger ut om dem. Her kan man dra frem det skillet Goffman (Bullingham & Vasconcelos, 2013) peker på, når det kommer til det uttrykket individer *gir*, og det de *viser*. Det imaget Rolf mener jenter skaper selv, vil da være det uttrykket de *gir* med viten, det de ønsker å kommunisere, mens det innholdet andre poster av dem uten deres godkjenning blir det uttrykket de *viser*, et uttrykk de ikke ønsker å vise, fordi det kan føre til at det imaget de forsøker å skape slår sprekker, og at de da *mister ansikt*.

Det ser altså ut til at Rolf mener at det er forskjell på hvordan kvinner og menn forsøker å skape sitt image. Om vi ser på dette i sammenheng med at det er de kvinnelige informantene som har opplevd å bli stalket mest, så er det kanskje naturlig at de er mer opptatt av å skape image. Kvinner stalker også andre kvinner, og vet slik at de selv blir observert, og kanskje derfor blir image ekstra viktig. På den andre siden viste det seg jo at flere av de mannlige informantene var opptatt av image også.

Vi kan ikke konkludere eller fastslå at kvinner er mer opptatt av image i sosiale medier enn menn, men det er tydelig at det finnes normer for hva som er forventet av ulike kjønn i sosiale medier. Og at kvinner føler på et annet press enn menn, og føler de må leve opp til en annen standard, det kan nok stemme for flere enn informantene i dette prosjektet. Som nevnt tidligere er informanten Even også av den oppfatning at jenter er mer eksponert for stalking, *fordi* at de har en annen standard på hvilke bilder de skal legge ut. Om man forstår Even rett her så mener han da at fordi jenter «må» eller «skal» legge ut mer lettkledde bilder, eller generelt vise seg mer frem enn gutter, så kan det være en årsak til at jenter har flere opplevelser der de har blitt stalket eller overvåket sammenlignet med gutter.

9.2. Ulike strategier for stalking basert på kjønn?

Informantene i dette prosjektet hadde en lik fordeling av kjønn, slik at det skulle bli mulig å undersøke om kvinner og menn har ulike strategier for å stalke, og om de forholder seg til temaene *overvåking*, *image* og *personvern* på ulike måter. Tallet på informanter i denne studien er ikke høyt nok til at en utelukkende basert på funn kan konkludere med at kvinner og menn på generell basis har ulike strategier for å stalke individer. Men vi kan likevel se på funnene at de kvinnelige og mannlige informantene i denne studien har ulike strategier for å stalke, eller rettere sagt, har ulike tilnærminger til stalking og overvåking av andre individer.

Det ser ut til at kvinner har en større tendens til å skjule at de stalker noen, for eksempel sett i lys av Karen sine strategier for å stalke med å ta i bruk en falsk Instagram-profil. Jeg spør Karen om hun har inntrykk av at det er forskjell på hvordan kvinner og menn forholder seg til stalking.

Mitt inntrykk er at gutter sin stalking er å gå inn på profilen til personen og se på et par bilder og så er de ferdig. De snakker ikke så mye om det. Jenter går veldig i dybden på profilen og besøker alle de sosiale medier de kan finne. Erfaringen min er også at man snakker om det og gjerne stalker folk sammen.

Det ser ut til at Karen tenker at menn gjør det kjapt og enkelt, mens når kvinner skal stalke blir det gjerne som en aktivitet, som venninner ofte gjør sammen. For kvinner ser det ut til at det handler om et nettverk *rundt* sosiale medier. Et nettverk kan da brukes for å diskutere et annet nettverk, eller for å diskutere andre individer som er medlem av samme nettverk.

Anna tror også at menn bryr seg mindre om å stalke andre enn det kvinner gjør.

Eg tror kanskje jenter stalker en del mer, har litt mer oversikt over folk og ting, og hvor folk e, eg tror det egentlig.

Preben tror heller ikke at menn tenker over ting som stalking og overvåking like mye som kvinner gjør.

For type nakenbilder og sånn, det er jo ikke gutter som er offer for det, der er jo jenter, eh og ja, eg tror også at jenter e mer sånn judgy enn gutter, det e en tanke eg har, så kanskje det er viktigere for jenter å fremstå på en måte enn det er for gutter, at gutter har mer sånn lavterskel enn jenter, at det e litt høyere krav, at jenter kanskje stiller høyere krav til seg selv også med hvordan ting skal være i sosiale medier.

Her kan det se ut til at Preben mener at menn ikke tenker så mye over om de selv blir stalket og overvåket, slik kvinner gjør, og at det er derfor kvinner er mer opptatt av hvordan de fremstår i sosiale medier. Deling av nakenbilder er noe Preben også nevner, men dette er noe han ikke har erfart selv, og han forteller at han tror at flest kvinner blir offer for deling av nakenbilder. En undersøkelse Medietilsynet (2020, s. 9-15) utførte i fjor, med fokus på aldersgruppen 13-18 år, viser at andelen som både mottar nakenbilder, og blir spurt om å sende nakenbilder, er størst blant jentene. Så det kan se ut til at Preben sin antagelse kan ha rot i virkeligheten. At dette med nakenbilder, om det handler om å få tilsendt eller å dele, er enda en faktor som kan spille inn på at kvinner er mer opptatt av overvåking og beskyttelse, kan godt tenkes å være riktig. Det kan ligge mye ubehag i det å få tilsendt nakenbilder av ukjente individer for eksempel, og dette kan det være noe kvinner prøver å forhindre, og derfor er mer opptatt av hvem de godkjenner som «venner» eller «følgere» i sosiale medier.

Om det Karen og Anna sier stemmer, at kvinner stalker mer enn menn, er det da slik at kvinner selv tenker mer over hvordan de fremstiller seg i sosiale medier, fordi de vet at andre følger med på dem, slik de følger med på andre?

9.3. Tendenser til ulikheter

Oppsummert kan en si at de kvinnelige informantene er opptatt av å ikke bli avslørt, eller sett på som en stalker eller overvåker. Andrejevic (2005) mener at det å ikke bli avslørt her er

selve kjernen med «do-it-yourself investigators». Men det kan se ut til, basert på Jenny og Helene sine erfaringer, at flere menn som har stalket dem ikke bryr seg om hvordan det får dem til å fremstå, de stalker og overvåker og er ikke redd for å se «dum ut» i den sammenheng. Dette kan selvsagt være tilfeldige situasjoner, som ikke er representative for menn generelt, men det ser ut til at menn ikke er like redd for å bli stemplet som stalker som det de kvinnelige informantene er. Mennene legger ikke skjul på at de følger med på andre individer, men det gjør kvinnene. Likevel ser det ut til at kvinnene har utviklet flest strategier for å overvåke andre, men de gjør det i skjul, gjerne sammen med andre venninner, som en aktivitet.

Basert på uttalelser fra informantene kan vi da si at det er *tendenser* til ulikheter når det gjelder hvordan kvinner og menn stalker andre individer, og hvordan de forholder seg til stalking og overvåking i sosiale medier generelt. Det ser ut til å være et skille hvor kvinner stalker andre kvinner, men menn ikke er like hyppige stalkere av andre menn. De kvinnelige informantene er mer opptatt av å følge med på samme kjønn enn det menn er. Dette kan trekkes sammen med det at de kvinnelige informantene ser ut til å være opptatt av seg selv i denne sammenheng, og at de til tider overvåker og stalker andre kvinner for å få oversikt over eget ståsted innenfor de sosiale nettverkene de er del av.

10. Oppsummering og ettertanker

Overvåking mellom individer i sosiale medier er et omfattende fenomen. Datamaterialet i dette prosjektet underbygger hvor stor plass *stalking* i sosiale medier har i livet til et utvalg unge voksne. Det å følge med på andre, og å selv bli sett, er en svært viktig del av livet til informantene. Sammensmeltingen av det sosiale feltet og teknologien bak sosiale medier fører til komplekse tilnærminger og strategier for overvåking og sosial interaksjon. Normene, eller spillereglene, er ikke alltid like tydelige i sosiale medier. Tilstedeværelsen i sosiale medier er svært viktig for informantene, men det er flere aspekter med sosiale medier og de teknologiske løsningene her som gjør at det sosiale livet ofte føles komplekst og utfordrende.

10.1. Oppsummerende om funn

Dette prosjektet har undersøkt et utvalg unge voksne sine strategier for å overvåke andre individer i sosiale medier. Gjennom samtaleintervjuer med informantene dukket det opp mye relevant data, som ga meg mulighet til å svare på problemstillingen jeg introduserte innledningsvis;

Hvordan overvåker brukere hverandre i sosiale medier, og hva er motivasjonen bak overvåkingen? Hvordan beskytter de seg mot overvåkingen, hva tenker de om personvern her, og hvordan bygger de selv en fasade og et «image»?

Jeg valgte å undersøke flere aspekter ved unge voksnes vaner i sosiale medier. Problemstillingen tar for seg en del, men jeg mener det var nødvendig at den var såpass bred da jeg ønsket et ordentlig innblikk i informantenes overvåkingsvaner i sosiale medier. Det jeg har oppnådd med et såpass bredt fokus er at jeg har gått i dybden på noen aspekter ved overvåkingen i sosiale medier, samtidig som jeg har en oversikt over det store bildet her. Tilnærmingen min ble å legge til rette for en rekke dimensjoner. De fem valgte dimensjonene var *overvåkingsstrategier, kunnskap om andre, beskyttelse, image og personvern i hverdagen*. Alle dimensjonene ble utviklet og sett på i sammenheng med overvåking i sosiale medier, med fokus på individer. De fem dimensjonene ble rammeverket for teorien jeg presenterte i oppgaven. Analysen i prosjektet ble også delt inn etter dimensjonene. Jeg vil nå kort oppsummere funnene fra analysen.

Alle informantene hadde strategier for å overvåke eller «stalke» andre individer, skjønt i ulik grad. Noen informanter hadde svake grenser for hvor langt de var villig til å gå for å finne informasjon om andre individer via nett og sosiale medier. Motivet for å skaffe seg informasjon om andre er ikke alltid basert på nysgjerrighet. Her så det ut til at noen informanter hadde et grunnleggende behov for kontroll, og til en viss grad makt. Men makten var ikke nødvendigvis utøvende. Det handler gjerne om en *søken* etter makt eller kontroll. Det ser også ut til at noen av informantene, særlig kvinnene, får en tilfredshet med seg selv gjennom å sammenligne seg med andre.

Alle informantene hadde reflektert rundt det å bli overvåket av andre individer i sosiale medier, og de fleste informantene hadde gjort konkrete tiltak for å begrense mulighetene for å bli overvåket av andre. De informantene som hadde flest strategier for å beskytte seg hadde opplevd å bli stalket og overvåket av andre individer ved flere anledninger. Flertallet av informantene var mer opptatt av å beskytte seg mot overvåking i visse «sosio-digitale» situasjoner, og beskyttelse fra visse individer.

Et overraskende aspekt som dukket opp i datamaterialet var hvor mange av informantene som bedrev overvåking av kjærlighets-interesser. Dette er noe informantene har omfattende strategier for, og flere av informantene har gjort dette til en daglig praksis. Som nevnt i analyse-delen mener Andrejevic (2005) at det å finne ut mest mulig om individer man kun kjenner over nett kan sees på som en form for beskyttelse. Dette ser det ut til at noen av de kvinnelige informantene føler behov for, og derfor forsøker å finne ut mest mulig om potensielle kjæresten. Ingen av de mannlige informantene nevnte noe om beskyttelse her. For de mannlige informantene, og noen av de kvinnelige, så det ut til å handle mer om ønsket om å vite mest mulig om noen de er interessert i, for å kunne ha mer oversikt over utfallet av den gitte relasjonen.

Personvern i sosiale medier er et aspekt som er noe uklart for informantene, selv om det finnes visse lover og regler for deling av innhold som omhandler andre individer. Det ser ut til at normene for hvordan en skal forholde seg til personvern i sosiale medier ikke er helt utviklet enda, og at den formelle normen ikke passer helt inn her. Informantene var likevel noen ganger opptatt av å skjerme sin egen person, men de var ikke like opptatt av grenser når det gjaldt andre individers privatliv eller personvern.

Det siste analysekapittelet tok for seg ulikheter i sammenheng med kjønn. Kjønnsspektet var noe som ble relevant i analysen av materialet. Det ble tydelig at de kvinnelige informantene forsøker å legge mer skjul på overvåkingen, sammenlignet med de mannlige informantene. Det er også tydelig at kvinner stalker andre kvinner, mens menn ikke stalker andre menn like mye. Men både kvinner og menn stalker motsatt kjønn. Dette var et interessant funn, og jeg mener at det viser til kompleksiteten i fenomenet «stalking» i sosiale medier.

Oppsummert er det tydelig at sosiale medier skaper nye muligheter for overvåking, og rollene til «vanlige folk» som brukere er mye mer i fokus på overvåkingsfronten enn tidligere. Rollen som overvåker er kompleks her, særlig sett i lys av at de fleste overvåkere også er svært opptatt av *egen* fremstilling i sosiale medier, og gjerne bruker oversikten de får om andre til å plassere seg selv i et sosialt nettverk. Jeg mener dette prosjektet har gitt interessante innsikter i hvordan hverdagen i sosiale medier fungerer for et utvalg unge voksne. Å vise at en ikke er opptatt av egen eksponering ser ut til å være viktig, likevel er alle informantene *svært* opptatt av dette. Noe av de som er mest interessant i funnene, er hvor uklare normene er i sosiale medier generelt. Hva er «innafor», hvor viktig er andres privatliv, kan man bry seg om image? Og hvor går grensen for hvor mye man kan «stalke»? Dette er aspekter som ser ut til å ikke være helt definerte, og det er tydelig at flere av informantene er usikre på noen av spillereglene her.

10.2. Videre forskning

Jeg mener denne undersøkelsen har vist hvor stort fenomenet sosial overvåking, i form av digital stalking, er blant unge voksne i dag. Dette er et felt som mest sannsynlig bare kommer til å bli enda mer komplekst ettersom de sosiale mediene, og mulighetene for overvåking, vokser i takt med teknologien.

Å forske videre på dette feltet tror jeg er viktig, da temaet spiller en *stor rolle i livet* til sosiale mennesker. Det kunne vært interessant å finne ut mer om omfanget her, nærmere bestemt hvor mange unge mennesker som stalker andre i sosiale medier. Gjenspeiler det som er avdekket i dette prosjektet en hel befolkning? Her kunne man brukt kvantitativ metode for å skaffe et bredere overblikk.

Et annet aspekt som kunne vært interessant å forske på her er *alder*. Sosial overvåking, eller stalking, er ikke nødvendigvis noe kun unge bedriver. Å se på ulike tilnærminger og holdninger blant unge og eldre generasjoner vil berike dette forskningsfeltet, da det primært er forsket på barn og tenåringer i sammenheng med sosiale medier og overvåking.

Ulike strategier for overvåking og beskyttelse i sammenheng med *kjønn* er også noe en kunne forsket videre på. Dette var noe denne oppgaven ikke fikk gått helt i dybden på, men det dukket opp mye interessant her som en kunne tatt videre, for eksempel hvordan kvinner stalker andre kvinner, mens menn ikke stalker andre menn.

Oppsummert er dette et felt med flere innganger til videre forskning. Viktigheten av å undersøke det sosiale feltet i sammenheng med den voksende teknologien har aldri vært større. Å forske mer på hvordan vi bruker de sosiale mediene, og hvordan de sosiale mediene bruker oss, kan gjøre oss mer forberedt på utfordringer som dukker opp når teknologien utvikles videre fremover.

Litteratur

- Aalen, I. (2015). *Sosiale medier*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke.
- Andrejevic, M. (2005). *The Work of Watching One Another: Lateral Surveillance, Risk and Governance*. *Surveillance & Society*. Volume 2(4). 479-497.
- Aral, S. (2020). *The Hype Machine: How Social Media Disrupts Our Elections, Our Economy, and Our Health – and How We Must Adapt*. Currency.
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Bradburn, N., Sudman, S. & Wansink, B. (2004). *Asking Questions*. San Francisco: Jossey Bass.
- Bullingham, L. & Vasconcelos C, A. (2013). "The Presentation of Self in the Online World": Goffman and the Study of Online Identities. *Journal of Information Science*. 39 (1). 101-112.
- Eide, M. (2008). *Medievitenskap: Medier – institusjoner og historie*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke.
- Furuholmen Klæboe I, L. (2018). *Personvernkrænkelser i kunst – med særlig fokus på virkelighetslitteratur* (Masteroppgave). Universitetet i Oslo, DUO.
- Geismar, H. & Knox, H. (Red). (2021). *Digital Anthropology*. New York: Routledge.
- Gentikow, B. (2005). *Hvordan Utforsker man Medieerfaringer: Kvalitativ Metode*. Kristiansand: IJ-forlaget.
- Gripsrud, J. (2015). *Mediekultur, mediesamfunn*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Hanssen S, T. (2019). *Prisen å betale: En studie av hvordan unge voksne forholder seg til personvern på nett*. (Masteroppgave). Universitetet i Bergen, BORA.
- Hovlid L, E. (2016). *Krænkelser ved Offentliggjøring av Private Opplysninger og Bilder på Sosiale Medier*. *Tidsskrift for Rettsvitenskap*, vol 129, 2-3/2016. s. 138-175.
- Kvale, S & Brinkmann, S. (2015). *Det Kvalitative Forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal Norsk Forlag AS.
- Lyon, D. (2018). *The Culture of Surveillance*. Cambridge: Polity Press.
- Marwick E, A. (2012). *The Public Domain: Social Surveillance in Everyday Life*. *Surveillance & Society*. Cambridge: Microsoft Research New England.

Nissenbaum, H. (2010). *Privacy in Context: Technology, Policy and the Integrity of Social Life*. California: Stanford Law Books.

Syvvertsen, T. (2020). *Digital Detox: The Politics of Disconnecting*. Emerald Publishing Limited.

Taylor, E. (2010). *I Spy with My Little Eye: The Use of CCTV in Schools and the Impact on Privacy*. *The Sociological Review*. Vol. 58.

Vedå, M. (2019). Snapchat-journalistikken: En studie av VGs satsing på Snapchat. (Masteroppgave). Universitetet i Bergen, BORA.

Zuboff, S. (2019). *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. London: Profile Books.

Østbye, H. m.fl. (2013) *Metodebok for Mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget.

Andre kilder

Confessore, N. (2018, 4. april). *Cambridge Analytica and Facebook: The Scandal and the Fallout so Far*. *New York Times*.

<https://www.nytimes.com/2018/04/04/us/politics/cambridge-analytica-scandal-fallout.html>

Datatilsynet. (2021, 26. januar). *Varsel om overtredelsesgebyr til Grindr*. Datatilsynet.

<https://www.datatilsynet.no/aktuelt/aktuelle-nyheter-2021/varsel-om-overtredelsesgebyr/>

Datatilsynet. (2019, 21. august). *Hva er nytt med personvernforordningen?* Datatilsynet.

<https://www.datatilsynet.no/regelverk-og-verktoy/lover-og-regler/hva-er-nytt/>

Datatilsynet. (2019, 17. juli). *Hva er en personopplysning?* Datatilsynet.

<https://www.datatilsynet.no/rettigheter-og-plikter/personopplysninger/>

Forbrukerrådet. (2020). *Out of Control: How consumers are exploited by the online advertising industry*. <https://fil.forbrukerradet.no/wp-content/uploads/2020/01/2020-01-14-out-of-control-final-version.pdf>

Furunes, E. & Rostad, I. (2018, 19. juni). *Selger narkotika på Snapchat – frykter barn er målgruppen*. NRK. <https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/selger-narkotika-pa-snapchat--frykter-barn-er-malgruppen-1.14085743>

Hansen, E. (2014, 15. april). *Big Brother gjenoppstår*. VG.

<https://www.vg.no/rampelys/tv/i/pzGAo/big-brother-gjenoppstaar>

Kaldestad, Ø. (2020, 14. januar). *Annonseindustrien står bak omfattende brudd på personvernlovgivningen*. Forbrukerrådet. <https://www.forbrukerradet.no/siste-nytt/annonseindustrien-star-bak-omfattende-brudd-pa-personvernlovgivningen/>

Medietilsynet. (2020). *Barn og Medier 2020: Seksuelle kommentarer og nakenbilder*. Delrapport 4. <https://www.medietilsynet.no/globalassets/publikasjoner/barn-og-medier-undersokelser/2020/200519-delrapport-4-seksuelle-kommentarer-og-delning-av-nakenbilder---barn-og-medier-2020.pdf>

Moe, H. (2021, 23. april). #UiBForskning. [Instagram-post]. Instagram.

Orlowski, J. (Regissør). (2020). *The Social Dilemma* [Film]. Netflix.

Regjeringen. (2019, 30. oktober). Ny personopplysningslov. Regjeringen.no. <https://www.regjeringen.no/no/tema/statlig-forvaltning/personvern/ny-personopplysningslov/id2340094/>

Schibevaag, T. & Oppedal, M. (2020, 16. juni). *Politiet advarer mot ny trend: Unge selger nakenbilder på Snapchat*. NRK. https://www.nrk.no/rogaland/politiet-advarer-mot-ny-trend_-unge-selger-nakenbilder-pa-snapchat-1.15055421

Sjoberg, B. (2021, 20. mai). *Still not entirely sure what VSCO is? We can help*. DailyDot. <https://www.dailydot.com/debug/what-is-the-vsco-app/>

Williamson, K. (Produsent). (2014-2015). *Stalker*. [TV-serie]. CBS.